



UNIVERSIDAD NACIONAL

“PEDRO RUIZ GALLO”

ESCUELA DE POSTGRADO

MAESTRÍA EN CIENCIAS



**Regulación de servicios prestados a través de
plataformas digitales por parte de sujetos no
domiciliados a personas naturales domiciliadas y su
incidencia en la recaudación tributaria, año 2018**

TESIS

**Presentada para optar el Grado Académico de
Maestro en Ciencias - Tributación y Asesoría Fiscal**

AUTOR:

Pintado Castillo, Cesar Augusto

ASESOR:

M.Sc. Tuesta Bardales, Segundo Eloy

LAMBAYEQUE - PERÚ

2020

“Regulación de servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas y su incidencia en la recaudación tributaria, año 2018”.

PRESENTADO POR:

Bach. CESAR AGUSTO PINTADO CASTILLO
AUTOR

M.Sc. SEGUNDO ELOY TUESTA BARDALES
ASESOR

APROBADO POR:

Dr. JAIME SEGUNDO CACERES MONTALVO
PRESIDENTE

Dr. LINDON VELA MELENDEZ
SECRETARIO

Dr. OSWALDO MENDOZA OTINIANO
VOCAL

Acta de Sustentación

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

113

Siendo las 17 horas del día 17 de Enero del año Dos Mil veinte, en la Sala de Sustentación de la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo de Lambayeque, se reunieron los miembros del Jurado, designados mediante Resolución N° 1291-2019-EPG de fecha 16 de Julio 2019, conformado por:

<u>Dr. Jaime Cáceres Montalva</u>	PRESIDENTE (A)
<u>Dr. Lindora Vela Meléndez</u>	SECRETARIO (A)
<u>Dr. Oswaldo Mendoza Otiniano X</u>	VOCAL
<u>M.sc. Segundo Eloy Tuesta Bardales</u>	ASESOR (A)

Con la finalidad de evaluar la tesis titulada Regulación de servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliados y su incidencia en la recaudación Tributaria año 2018.

presentado por el (la) Tesista César Aguayo Pintado Castillo sustentación que es autorizada mediante Resolución N° 020-2020-EPG de fecha 06 de Enero del año 2020

El Presidente del jurado autorizó del acto académico y después de la sustentación, los señores miembros del jurado formularon las observaciones y preguntas correspondientes, las mismas que fueron absueltas por el (la) sustentante, quien obtuvo 82 puntos que equivale al calificativo de Muy bueno

En consecuencia el (la) sustentante queda apto (a) para obtener el Grado Académico de: MAESTRO EN CIENCIAS - TRIBUTACIÓN Y AERONÁUTICA FISCAL

Siendo las 17.55' horas del mismo día, se da por concluido el acto académico, firmando la presente acta.

PRESIDENTE

SECRETARIO

VOCAL

ASESOR

(*) Resolución que modifica a la Resolución N° 0923-2019-EPG de fecha 16 Julio 2019.



Dr. LUIS JAIME COLLANTES SANTISTEBAN
Director Académico

L. 31/01/2020

NOTA: La existencia del acta en los libros de la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo; ha sido verificada por la Sra. Moraima Vera Pozo, quien con su firma da fe de lo mencionado.

Sra. Moraima Vera Pozo
Trabajadora Administrativa

Declaración Jurada de Originalidad

Yo, **Cesar Augusto Pintado Castillo**, Investigador Principal y **Segundo Eloy Tuesta Bardales**, Asesor del Trabajo de Investigación **“Regulación de servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas y su incidencia en la recaudación tributaria, año 2018”**, declaramos bajo juramento que este trabajo no ha sido plagiado, ni contiene datos falsos. En caso se demostrará lo contrario, asumo responsablemente la anulación de este informe y por ende el proceso administrativo a que hubiere lugar. Que puede conducir a la anulación del título o grado emitido como consecuencia de este informe.

Lambayeque, 17 de Enero del 2020.

Nombre del investigador : Cesar Augusto Pintado Castillo

Nombre del asesor: Segundo Eloy Tuesta Bardales

Dedicatoria

A dios por brindarme salud y fortaleza,

a mis padres por su apoyo incondicional

y a mis hermanos por su confianza y

compañía.

Agradecimiento

*A la universidad Nacional pedro Ruiz gallo,
por ser mi centro formativo y a mi asesor por
sus conocimientos brindados.*

Índice General

Acta de Sustentación (copia)	iii
Declaración Jurada de Originalidad	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento	vi
Índice General.....	vii
Índice de Tablas.....	ix
Índice de Figuras	x
Índice de Anexos	xii
Resumen	xiii
Abstract.....	xiv
Introducción.....	15
Capítulo I. Diseño Teórico	22
1.1. Antecedentes de la Investigación.....	22
1.2. Base Teórica	25
1.3. Definiciones Conceptuales.....	65
1.4. Operacionalización de las variables.....	68
1.5. Hipótesis	69
Capítulo II. Métodos y Materiales	70
2.1. Tipo de Investigación.....	70
2.2. Método de Investigación.....	70
2.3. Diseño de Contrastación	70
2.4. Población, Muestra y Muestreo	71

2.5. Técnicas, Instrumentos, Equipos y Materiales de Recolección de Datos.....	72
2.6. Procesamiento y Análisis de Datos.....	73
Capítulo III. Resultados.....	75
Capítulo IV. Discusión	91
Capítulo V. Propuesta	94
Conclusiones.....	102
Recomendaciones	104
Referencias bibliográficas	106
Anexos	111

Índice de Tablas

Tabla 1. Población de Investigación.....	71
---	----

Índice de Figuras

Figura 1. Netflix - Suscriptores en el Perú	62
Figura 2. Costo mensual de servicios de video en streaming.....	62
Figura 3. Porcentaje de Usuarios - Spotify.....	64
Figura 4. Empadronamiento de sujetos no domiciliados que prestan servicios digitales a personas naturales domiciliadas	76
Figura 5. Costo de los contribuyentes por servicios digitales que prestan sujetos no domiciliados	77
Figura 6. Efectiva tributación por servicios digitales que prestan sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas.....	78
Figura 7. Ingresos tributarios por servicios digitales que prestan sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas.....	79
Figura 8. Regulación tributaria del impuesto a la renta por servicios digitales a personas naturales domiciliadas	80
Figura 9. Regulación tributaria del Impuesto general a las ventas por servicios digitales a personas naturales domiciliadas.....	81
Figura 10. Entidades financieras como agentes de retención por servicios digitales a personas naturales domiciliadas	82
Figura 11. Modelo de tributación vía retención por servicios digitales a personas naturales domiciliadas	83
Figura 12. Modelo de tributación vía retención por servicios digitales a personas naturales domiciliadas	84
Figura 13. Mecanismos de control en la retención por servicios digitales a personas naturales domiciliadas	84

Figura 14. Potencial de contribuyentes por servicios digitales a personas naturales domiciliadas.....	85
Figura 15. Modelo de regulación tributaria en los servicios digitales prestados a personas naturales domiciliadas	86
Figura 16. Mecanismos operativos en servicios digitales prestados a personas naturales domiciliadas.....	87
Figura 17. Normatividad del Impuesto a la renta en servicios digitales prestados a personas naturales domiciliadas	89
Figura 18. Normatividad del impuesto general a las ventas en servicios digitales prestados a personas naturales domiciliadas	90

Índice de Anexos

Anexo N° 1: Datos Básicos del Problema	111
Anexo N° 2: Instrumento de Recolección de Datos	113
Anexo N° 3: Formato de Tabulación de Datos	121
Anexo N° 4: Rubricas de Instrumentos de Recolección de Datos	134

Resumen

La investigación desarrollada tuvo como objetivo principal, determinar de qué manera la falta de regulación tributaria de los servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas incide en la recaudación tributaria. Se utilizó una metodología de tipo aplicada, con un método analítico-sintético, y un diseño no experimental, además se aplicó técnicas de investigación en base a la información obtenida de las fuentes citadas, como las entrevistas aplicadas especialistas en tributación y un análisis documental para la información obtenida a través de análisis de legislaciones internacionales y normativa tributaria interna. Se elaboraron tablas para tabular las entrevistas realizadas a los especialistas tributarios, el análisis documental de la norma tributaria y tablas estadísticas en base a fuentes propias y fuentes directas. Se concluyó que actualmente las normas del impuesto a renta y el impuesto general a las ventas no regulan la forma como debe de tributar los servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas, asimismo la potencial recaudación que está dejando de percibir el estado peruano asciende a S/101, 738,930 por la no regulación de dichos servicios en sus normas tributarias.

Palabras Clave: Plataformas digitales; No domiciliados; servicios digitales.

Abstract

The main objective of the investigation was to determine how the lack of tax regulation of the services provided through digital platforms by subjects not domiciled to domiciled natural persons affects the tax collection. An applied type methodology was used, with an analytical-synthetic method, and a non-experimental design, in addition research techniques were applied based on the information obtained from the sources cited, such as interviews applied tax specialists and a documentary analysis to the information obtained through analysis of international laws and internal tax regulations. Tables were prepared to tabulate interviews with tax specialists, documentary analysis of the tax rule and statistical tables based on own sources and direct sources. It was concluded that currently the income tax rules and the general sales tax do not regulate the way in which the services provided through digital platforms by subjects not domiciled to natural persons domiciled, as well as the potential collection that is ceasing to perceive the Peruvian state amounts to S / 101, 738,930 for the non-regulation of said services in their tax regulations.

Keywords: Digital platforms; Not domiciled; digital services

Introducción

La presente tesis tiene como finalidad investigar la regulación de servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas y su incidencia en la recaudación tributaria, año 2018, asimismo, se plantea la formulación de los problemas, se indican los objetivos, la justificación, las delimitaciones del estudio y finalmente la variabilidad.

La llamada revolución de la información cuya característica fundamental más que la velocidad de las telecomunicaciones es la reducción del costo de transmitir y almacenar información ha generado la gran posibilidad de desarrollo del uso de plataformas digitales *ecommerce*. La globalización, las mayores facilidades al acceso del internet, la apertura de los mercados ha hecho posible el uso de plataformas digitales con el fin de ofrecer bienes y servicios en todos los confines del mundo.

Asimismo, el desarrollo de las tecnologías de la información y el uso del internet han permitido el acceso de usuarios consumidores para que consuman bienes y servicios que se ofrecen a través de plataformas digitales. Esto ha conllevado a que las normas tributarias de los distintos países tengan la necesidad de adecuar sus modelos de regulación tributaria, ya que estos nuevos modelos de hacer negocio exigen nuevas formas de tributación por los servicios que se prestan a través de plataformas digitales.

Por otro lado, se aprecia la influencia constante del mundo digital en todas las actividades económicas, por lo que el avance de tecnología digital implica crear nuevos modelos financieros en todo el mundo, lo cual es una prueba para cualquier sistema tributario de América Latina y el mundo. Los responsables de la administración tributaria se enfrentan a un reto en cuanto a la forma y los instrumentos de control que pueden ayudar en su efectiva

tributación. La utilización de las nuevas plataformas digitales, conlleva a la necesidad de implementar mecanismos de regulación en torno a la forma de hacer negocios, asimismo la disminución mundial de las obstrucciones al comercio exterior, modifico específicamente o de una manera indirecta los mercados internacionales. Esto establece cambios de mentalidad para cualquier persona, que puede encontrar en estas plataformas digitales otro método para adquirir recursos, mientras tanto, un reto para cualquier nación para dirigir de manera correcta la tributación fiscal sobre estos recursos obtenidos. Lo que se debe hacer es adoptar un modelo adecuado para la recaudación de impuestos que no afecte de manera significativa en el avance de la economía digital, garantizando que no se les recargue en exceso con impuestos directos o indirectos, y que a la vez gocen del respaldo del estado (Tapazco, 2016).

En Chile, se declaró un nuevo tributo a las organizaciones que prestan servicios digitalizados, lo cual permitirá que organizaciones como Uber, Netflix, Airbnb, Spotify, Amazon y AliExpress, entre otras, tributen, contribuyendo al avance de la nación y nivelándolos a la par con sus competidores domiciliarios. Esta medida fue bien recibida tanto por el líder de la Cámara Nacional de Comercio (CNC), como por los especialistas en asuntos de tributación, ya que, como se mostró, como estas organizaciones se convirtieron en una competencia desleal para las organizaciones chilenas. Las medidas informadas por el ministerio significan una nivelación y, además, un tratamiento razonable, primero porque es un ingreso más prominente para el Estado a través de los impuestos, y en general se trata de llenar el vacío que implicaba que las plataformas de internet y el comercio electrónico, ya que no están controlados, no pagan impuesto al gobierno, ya que tiene un efecto en relación con un ingreso más alto para el fisco público, pero también implica para las PYME una competencia más justa, ya que las organizaciones nacionales deben liquidar todos los impuestos y, por lo tanto, comprar productos del exterior pagan los impuestos, por lo cual lo hace menos costoso, sin embargo, no es justo para la competencia legal. La idea de un

“establecimiento permanente virtual”, permite cargar a las organizaciones que, sin estar físicamente presentes en una nación, cree eficientemente ejercicios comerciales productivos en una forma digital (Gonzales y Villalobos, 2018).

Otro país en la región con importantes avances en materia tributaria es Uruguay, quien en la región es el que más ha desarrollado políticas tributarias en relación al uso de plataformas digitales que realizan las personas naturales como consumidores finales. Estas políticas se plasman conforme a la Ley N° 19.535, de Rendición de Cuentas y Balance de Ejecución Presupuestal del Ejercicio 2016, reglamentada con el decreto 144/018, estableció que a partir del primer día de enero del 2018, estarían gravadas por el Impuesto a la renta de actividades económicas (IRAE), Impuesto a las rentas de los no residentes (IRNR) e Impuesto al valor agregado (IVA), las rentas obtenidas en Uruguay por medio de plataformas digitales, como puede ser el caso de Netflix, Spotify, entre otras (Da Silva, 2018).

Cores (2018), indicó que, en América Latina, las naciones, por ejemplo, Chile y Argentina han comenzado a moverse de esta manera, sea como sea, en el Perú todavía no hay una regulación institucionalizada. La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) han desarrollado una progresión de reglas y propuestas sobre los comercios electrónicos, a fin de que el comprador tenga garantía y promover mejores procedimientos en estas nuevas plataformas digitales. Su propuesta es regular este tipo de actividad, imponiendo impuestos y aplicar un marco tributario. Es normal que, como diferentes naciones, Perú ajuste sus acuerdos, leyes y estándares de economía digitalizada con los de la OCDE. Es concebible que esto suceda pronto sobre la base de que un número cada vez mayor de organizaciones ofrece servicios a través de unas plataformas digitales en nuestra nación. Al ser organizaciones que se conciben de nuevas tecnologías, toda promulgación y evasión avanza constantemente. La actualización más reciente con respecto

al control de las organizaciones digitales en Perú fue otorgada por la Superintendencia de Banca y Seguros (SBS), que está promoviendo un proyecto de ley para la dirección de las casas de cambio digital.

Por su parte Miranda (2018), determino que, según el Texto único ordenado de la Ley del Impuesto a la Renta, Decreto Supremo 179-2004-EF (en adelante T.U.O de la LIR), no hay ninguna regulación respecto a la economía digital, que mientras tanto es parte de la actividad 1 del PLAN BEPS (erosión de la base imponible y traslado de beneficios), resuelto por la OCDE. Asimismo, indico que el Perú ajustó su promulgación legal a través del Decreto Legislativo 945 (modificación de la LIR), a fin de ampliar el alcance de la aplicación de impuestos a las actividades de comercio electrónico, ejercida por personas no domiciliadas, independientemente de que esto no requiera su desarrollo físico a nivel nacional. Añade el autor que los servicios que comprenden a la nueva regla o guía de fuentes peruana deben ser aquellas que solo pueden utilizar Internet y algún otro sistema que se les dé; es decir, aquellos que se basan únicamente en esa tecnología para ser ejecutados. Otro punto que indica el autor es que la regla del "uso del mercado" surgió en la Ley del Impuesto sobre la Renta, como el lugar de consumo o utilización económico en la nación, afirmaciones que confirmaron la utilización de las riquezas por parte de los No domiciliados.

Por otro lado, según la Ley del Impuesto General a las Ventas, se grava a la utilización de servicios en el país, así mismo la norma señala que se entiende que el servicio es utilizado en el país cuando siendo prestado por un sujeto no domiciliado, es consumido o empleado en el territorio nacional, independientemente del lugar en que se pague o se perciba la contraprestación y del lugar donde se celebre el contrato. Esto es de aplicación para la actividad empresarial y para las personas naturales que sean habituales en dichas operaciones.

Ahora bien, al ser las personas naturales domiciliadas los consumidores finales de los servicios prestados a través de plataformas digitales no están obligados a realizar el pago del Impuesto General a las ventas en la medida que la propia Ley de dicho impuesto no la considera como operación gravada.

Como se puede observar, esta modalidad de hacer de negocios a través de plataformas digitales ha conllevado a generar grandes retos para la normativa jurídica tributaria, debido a que no han sido actualizados al mismo ritmo del desarrollo de los negocios online; esto ha traído consigo que en la actualidad, empresas como Netflix, Spotify, Uber y similares que no tienen establecimiento fijo en el país no tributen en el Perú, en la medida que la normatividad tributaria peruana no ha regulado el tratamiento tributario en el Impuesto a la Renta Empresarial (en adelante IR empresarial) e Impuesto General a las Ventas (en adelante IGV), respecto a los servicios prestados a través de plataformas digitales por sujetos no domiciliados cuyos usuarios son personas naturales domiciliadas.

Teniendo en cuenta la revisión de la problemática evidenciada en el presente estudio se identificó el problema de investigación de la siguiente manera: ¿Cómo la falta de regulación tributaria de los servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas, incide en la recaudación tributaria?

Asimismo, el objetivo de investigación fue determinar de qué manera la falta de regulación tributaria de los servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas, incide en la recaudación tributaria.

Si bien la presente investigación no se abunda sobre nuevas teorías, si contiene una sistematización de las teorías dado de que existe una gran expansión del fenómeno digital y aún no está muy difusa la información tributaria de los servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas.

La justificación práctica se presenta mediante la regulación tributaria de los servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas, haciendo participar a todos los involucrados de esta economía digital con el objetivo de verificar la incidencia de esta regulación tributaria en el pago de impuesto de estas economías digitalizadas, esto para poder realizar una correcta recaudación de impuestos, como las demás empresas que hacen pago de sus obligaciones tributarias.

Del mismo modo con esta investigación sobre tributación de plataformas digitales no domiciliadas en el Perú, se recomiendan diseños o formas de tributación que mejoren la recaudación de impuestos de este tipo de actividades económicas que no tiene una regulación pertinente. Este Gravamen tributario de las plataformas digitales conllevaría directamente a un crecimiento de ingresos públicos en beneficio de la población.

Finalmente, después de haber analizado la realidad problemática, problema, objetivo y justificación de la presente investigación, la estructura es la siguiente:

El Capítulo I: Diseño Teórico, contiene los antecedentes de la investigación a nivel nacional e internacional, las bases teóricas, en la cual se sostiene mi investigación, las definiciones conceptuales, la Operacionalización de las variables y la formulación de hipótesis.

El Capítulo II: Métodos y Materiales, presenta el tipo de investigación, método de investigación, diseño de contrastación, población, muestra y muestreo, técnicas,

instrumentos, equipos y materiales de recolección de datos y el procesamiento y análisis de datos.

El Capítulo III: Resultados, muestra el resultado del trabajo de campo, reflejado en las guías de entrevistas aplicadas y la contratación de hipótesis.

El Capítulo IV: Discusión, se refiere a la discusión de resultados obtenidos, a través de la investigación.

El Capítulo V: Propuesta, se refiere a la propuesta de solución planteada al tema de investigación.

Por ultimo tenemos a las conclusiones a que llegaron en la investigación, recomendaciones propuestas, así como las fuentes de información y los anexos correspondientes

Capítulo I. Diseño Teórico

1.1. Antecedentes de la Investigación

De acuerdo a las consultas realizadas en revistas científicas y en Escuelas de Posgrado a nivel de Universidades del Perú como en el extranjero, se han encontrado las siguientes investigaciones relacionadas al tema de estudio.

Antecedentes Internacionales

Cabrera (2017), en su artículo científico llamado “Aspectos tributarios de las plataformas digitales en Colombia: actualidad y retos”, llego a concluir que:

La llegada de la economía digital ha puesto en jaque a principios universalmente aceptados de la tributación. Desde hace unas décadas, la temática de cómo desarrollar un sistema fiscal que grave de manera eficiente, neutra y justa las transacciones digitales, se ha convertido en un interés transfronterizo.

En lo que se refiere al criterio de la fuente, considera que es pertinente actualizar las reglas de establecimiento permanente (en adelante EP) en Colombia, que aparte que llegaron tarde a nuestro sistema jurídico, no son idóneas para la tributación de la economía digital. En consecuencia, debe adoptarse alguna forma de EP digital que prescinda del requisito de un lugar fijo de negocios y solamente tenga en cuenta el número de clientes, los ingresos, la forma del negocio y la permanencia. De la misma manera, a pesar de existir una norma que restringe la aplicación de las actividades preparatorias y auxiliares, es necesario agregar una regla anti fragmentación. También es pertinente acoger las recomendaciones de la acción 7 sobre la modificación a la regla de la agencia. En lo que respecta al sistema de tributación, se

debe hacer un replanteamiento del artículo 20-2 para hacer que los EP tributen bajo el sistema de atribución sin restringirse solamente a rentas de fuente nacional.

En lo que concierne al criterio de la residencia, consideramos que al ser Colombia naturalmente un país importador de capital y tecnología, no tendría mucho sentido implementar reglas de las entidades controladas del exterior (Controlled Foreign Corporation CFC) por cuanto es poco lo que se podría recaudar. Sentado lo anterior, las dificultades para lograr una debida implementación del régimen de las entidades controladas del exterior (ECE) teniendo en cuenta los gastos administrativos y las grandes dificultades con las que cuenta la autoridad tributaria a la hora de fiscalizar esas estructuras. Por lo tanto, no se ve tan claro el objetivo teniendo en cuenta una relación costo/beneficio.

En el tema de la tributación indirecta, consideramos que la propuesta traída en la reforma tributaria es acertada. Lo anterior por cuanto el empleo de una retención en la fuente es la manera más sencilla de fiscalización y recaudo, aunque las entidades financieras obligadas practicar la retención podrían tener dificultades para identificar qué tipo de pago corresponde a una transacción digital. Sin embargo, creemos que la obligación impuesto al no residente de registrar su plataforma electrónica e inscribirse con la autoridad tributaria es una herramienta válida (pp. 97-98).

Irribarra (2017), en su artículo titulado “La equidad tributaria en el comercio digital según la OCDE, y sus desafíos para la recaudación fiscal”, llega a concluir que:

El comercio digital presenta actualmente diversas dificultades y desafíos, las cuales fueron levantadas en gran parte por la OCDE. Sin embargo, esta entidad continúa contraria a la posibilidad de permitir una carga tributaria distinta al comercio digital,

cuando ello puede significar un impulso a largo plazo a un mercado menos gravoso para los contribuyentes, y tal vez menos complejo y costoso de fiscalizar para las administraciones tributarias.

Para resolver los problemas que presenta actualmente el comercio digital, baste por ahora proponer alternativas que en lo principal propendan a la simplificación real y reducción de costos y tiempo en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los agentes del comercio digital, como sería la implementación de regímenes simplificados al comercio digital, (mucho más simples que el régimen del artículo 14 ter de la Ley de la Renta), con el resultado de una disminución significativa de costos de cumplimiento administrativo. También el de premiar de alguna manera el cumplimiento oportuno y correcto, aplicar erosiones (simples de aplicar) como serían ciertas exenciones impositivas a determinadas actividades, regiones o contribuyentes más afines a la tecnología, promoviendo con ello el emprendimiento, y conectando servicios públicos como el Servicio de Impuestos Internos con otros que fomenten o subsidien proyectos, como SERCOTEC, CORFO, incubadoras, etc. También, la necesidad de negociar a nivel bilateral o multilateral un intercambio de información efectivo y fluido para el comercio digital, en donde se puedan además corregir y definir situaciones de no tributación o territorialidad, y contar con mayor información sobre determinadas transacciones y tránsito de rentas (pp. 268-269).

Antecedentes Nacionales

Fuertes (2017), en su tesis de maestría titulada “Servicios por internet prestados por no domiciliados y su incidencia en el impuesto general a las ventas en personas naturales de Lima Metropolitana, 2012-2016”, llegó a concluir que:

Los servicios por Internet prestados por no domiciliados inciden significativamente en el Impuesto General a las Ventas en personas naturales de Lima Metropolitana; y por lo tanto, urge establecer un mecanismo de control en los referidos servicios; los medios de pagos electrónicos influyen directamente en el aumento de consumidores finales de servicios por Internet de personas naturales en Lima Metropolitana; las entidades bancarias que canalizan el pago permiten efectuar la retención efectiva del Impuesto General a las Ventas en personas naturales de Lima Metropolitana; las tecnologías de la información permiten la emisión eficiente de comprobantes de pago en los servicios por Internet prestados por no domiciliados a personas naturales de Lima Metropolitana; y si los mecanismos de control de la Administración Tributaria son eficaces, entonces aumentará el cumplimiento del pago del Impuesto General a las Ventas en personas naturales de Lima Metropolitana (pp. 116-117).

Antecedentes Locales

Debido a la naturaleza de la investigación no se encontraron antecedentes a nivel local que ayuden con el desarrollo del presente proyecto, habiendo buscado en repositorio de universidades locales a nivel de maestrías y doctorados.

1.2. Base Teórica

1.2.1 Marco Legal

1.2.1.1 Ley del Impuesto General a las Ventas

De acuerdo al inciso b) del artículo 1º se considera operación grava con el impuesto general a las ventas a la prestación o utilización de servicios en el país (Texto Único

Ordenado de la Ley del Impuesto General a las ventas e Impuesto Selectivo al Consumo (en adelante T.U.O de la ley del IGV), 1999).

Por su parte el último párrafo del numeral 1 del literal c), artículo 3° del T.U.O de la Ley del IGV, establece que el servicio es utilizado en el país cuando siendo prestado por un sujeto no domiciliado, es consumido o empleado en el territorio nacional, independientemente del lugar en que se pague o se perciba la contraprestación y del lugar donde se celebre el contrato. Asimismo, el inciso d) del artículo 4° del T.U.O de la Ley del IGV, establece que el nacimiento de la obligación tributaria en la utilización en el país de servicios prestados por no domiciliados, es en la fecha en que se anote el comprobante de pago en el Registro de Compras o en la fecha en que se pague la retribución, lo que ocurra primero.

Se añade en el numeral 9.1 del artículo 9° del T.U.O de la Ley del IGV, que son sujetos del Impuesto en calidad de contribuyentes, las personas naturales, las personas jurídicas, las sociedades conyugales que ejerzan la opción sobre atribución de rentas prevista en las normas que regulan el Impuesto a la Renta, sucesiones indivisas, sociedades irregulares, patrimonios fideicometidos de sociedades tituladoras, los fondos mutuos de inversión en valores y los fondos de inversión que desarrollen actividad empresarial que utilicen en el país servicios prestados por no domiciliados.

1.2.1.2 Reglamento de la Ley del Impuesto General a las Ventas

Según el inciso b) numeral 1 del artículo 2°, establece que el servicio es utilizado en el país cuando siendo prestado por un sujeto no domiciliado es consumido o empleado en territorio nacional independientemente el lugar en que se pague o perciba la contraprestación y del lugar en que se celebre el contrato (Reglamento de la Ley del Impuesto General a las Ventas e Impuesto selectivo al Consumo (Reglamento de la ley del IGV), 1994).

1.2.1.3 Ley del Impuesto a la Renta

De acuerdo al artículo 6° Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto a la Renta (en adelante T.U.O de la ley del Impuesto a la Renta) (2004), se establece que, en el caso de contribuyentes no domiciliados en el país, de sus sucursales, agencias o establecimientos permanentes, el impuesto recae sólo sobre las rentas gravadas de fuente peruana. Caso distinto a los contribuyentes domiciliados que tributan por su renta de fuente peruana y renta de fuente extranjera.

Asimismo, el artículo 9° del T.U.O de la ley del Impuesto a la Renta, señala que en general y cualquiera sea la nacionalidad o domicilio de las partes que intervengan en las operaciones y el lugar de celebración o cumplimiento de los contratos, se considera rentas de fuente peruana entre otras a:

e) Las originadas en actividades civiles, comerciales, empresariales o de cualquier índole, que se lleven a cabo en territorio nacional.

i) Las obtenidas por servicios digitales prestados a través del Internet o de cualquier adaptación o aplicación de los protocolos, plataformas o de la tecnología utilizada por Internet o cualquier otra red a través de la que se presten servicios equivalentes, cuando el servicio se utilice económicamente, use o consuma en el país.

Por su parte el artículo 56° del T.U.O de la ley del Impuesto a la Renta establece que el impuesto a las personas jurídicas no domiciliadas en el país se determinará aplicando las siguientes tasas:

Inciso g) señala que el Impuesto a la Renta correspondiente a personas jurídicas no domiciliadas por las rentas distintas a las mencionadas en los otros incisos de dicho artículo se determinará aplicando la tasa del treinta por ciento (30%).

Añade el T.U.O de la ley del Impuesto a la Renta en su inciso c) del artículo 71°, que son agentes de retención las personas o entidades que paguen o acrediten rentas de cualquier naturaleza a beneficiarios no domiciliados.

Asimismo, el artículo 76° del T.U.O de la ley del Impuesto a la Renta, tipifica que las personas o entidades que paguen o acrediten a beneficiarios no domiciliados rentas de fuente peruana de cualquier naturaleza, deberán retener y abonar al fisco con carácter definitivo dentro de los plazos previstos por el Código Tributario para las obligaciones de periodicidad mensual, los impuestos a que se refieren los artículos 54° y 56° de esta ley, según sea el caso.

1.2.1.4 Reglamento de la Ley del Impuesto a la Renta

El artículo 4-A.- Rentas De Fuente Peruana señala que para efectos de lo establecido en el artículo 9° del T.U.O de la ley del Impuesto a la Renta, se tendrá en cuenta las siguientes disposiciones:

b) Se entiende por servicio digital a todo servicio que se pone a disposición del usuario a través del Internet o de cualquier adaptación o aplicación de los protocolos, plataformas o de la tecnología utilizada por Internet o cualquier otra red a través de la que se presten servicios equivalentes mediante accesos en línea y que se caracteriza por ser esencialmente automático y no ser viable en ausencia de la tecnología de la información. Para efecto del Reglamento, las referencias a página de Internet, proveedor de Internet, operador de Internet o Internet comprenden tanto a Internet como a cualquier otra red, pública o privada (Reglamento de la Ley del Impuesto a la Renta, 1994).

1.2.2 Marco Teórico

1.2.2.1 Teoría de la regulación

Pearson (2004), es definido como en aquellas reglas administradas por un organismo gubernamental, cuyo objetivo es influir sobre la actividad económica mediante la fijación de precios, la determinación de estándares y tipos de productos, y de las condiciones bajo las cuales las nuevas empresas pueden entrar en la industria. Para poner en práctica sus regulaciones, los gobiernos establecen organismos encargados de supervisar y garantizar su cumplimiento (p. 390).

Barrantes (2018), señala que la regulación comprende las normas generales o actuaciones específicas implantadas por entes de la Gestión Pública que intervienen de manera directa en el aparato de fijación de precios del mercado, y de manera indirecta en las decisiones de demanda y oferta de los usuarios y ofertantes. Asimismo, establece que a través de la regulación el estado implanta una restricción en la discreción que puede ser ejercida por personas o entidades y que es soportada por la aplicación de sanciones. En vista que el Estado tiene el poder de imponer a los agentes económicos a que cumplan con las reglas fijadas (pp. 16-17).

La finalidad de toda regulación, comprendida como la actuación del Estado en el mercado, es aumentar la eficiencia social y reparar, en gran medida, el efecto que se conseguiría si el mercado estuviera operando como en competencia perfecta (Barrantes, 2018, pp. 17).

Asimismo, Barrantes (2018), describe el fundamento de el por qué regular, cuando regular y como regular. Para lo cual menciona de cada uno lo siguiente:

¿Por qué regular?

De acuerdo al planteamiento de la economía positiva, el argumento para regular deriva de la presencia de deficiencias de mercado. Las deficiencias se dan cuando cualquiera de las suposiciones del modelo de competencia perfecta no están vigentes y el mercado, actuando por sí solo, traería un resultado que origina pérdida de eficiencia social.

Definido el problema, es razonable considerar que el Estado tiene argumentación para actuar en un mercado a fin de solucionar las deficiencias de mercado que permita reestablecer el rendimiento de la competencia perfecta.

¿Cuándo regular?

El Banco Mundial (1997), plantea el tratamiento que postula una taxonomía para explicar cuándo debe actuar el Estado, a fin de lograr el bienestar, y hasta qué medida debe hacerlo, o la magnitud de dicha actuación.

Según dicha Taxonomía, el Estado debe actuar, según los juicios de eficiencia y equidad, en la medida que tenga las condiciones para realizarlo, es decir, cuente con los bienes, el capital humano y los equilibrios de poder que impidan que este se utilice de forma discrecional. En efecto, se presenta una estructura para la actuación del Estado sobre soporte de la capacidad que tiene este. Así, si tiene baja capacidad su actuación será mínima y comprenderá puntos fundamentales para la prosperidad de los mercados, entretanto que, si tiene elevada capacidad, su actuación podrá abarcar puntos más complicados. Asimismo, la misma estructura muestra tales niveles de actuación de acuerdo a las dos finalidades económicas del Estado: enmendar la ineficiencia del mercado y buscar la equidad en la sociedad de mercado.

¿Cómo regular?

Las herramientas de la regulación están direccionados esencialmente a medidas de controles de precios, de productos o administrativos. A continuación, se detallan tales herramientas:

- Regulación de precios. Fijación de tarifas o precios; a través de la aplicación de técnicas diseñadas para tal fin (precios lineales, no lineales, precios Ramsey, etc.), así como por la aplicación de incentivos y subsidios.
- Regulación de cantidades. Ello requiere un estudio técnico elaborado sobre la magnitud de la demanda.
- Regulación de calidad y condiciones del servicio. Imposición de determinados estándares de calidad y prestación del servicio.
- Regulación de entrada al mercado. Fijación del número de operadores o establecimientos de derechos exclusivos o de condiciones para la prestación del servicio.
- Sistemas de libre entrada, pero con aprobación o evaluación previa. Se dan licencias o títulos habilitantes.
- Estándares de actuación en el mercado. Pueden ser (i) de desempeño, cuando se define el objetivo que debe cumplirse sin establecer la forma, procesos productivos o tipos de inversiones que deben realizarse para conseguirlo (esto facilita la innovación); (ii) de especificación, cuando se define la forma, proceso productivo o inversiones que deben efectuar los agentes del mercado.

- Regulación de niveles de inversión. Con la finalidad de garantizar el óptimo funcionamiento de la actividad económica.
- Auto regulación.
- Co-regulación. Involucra una combinación entre auto-regulación e intervención del Estado.
- Intervención directa en la economía mediante empresas públicas.

De acuerdo a lo estudiado la teoría de la regulación, comprende las reglas gestionadas por el estado el cual goza de poder coercitivo, orientadas a influenciar en las actividades económicas a través de la asignación de precios, fijación de estándares, productos, y condiciones para operar en el mercado; con el objetivo de maximizar el bienestar de la sociedad; en conclusión la teoría de la regulación es indispensable para estudiar sobre la “Regulación de servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas y su incidencia en la recaudación tributaria, año 2018”.

1.2.2.1 Incidencia Tributaria

Según lo indicado por Hernández (2018), en el mundo los impuestos digitales están cambiando significativamente. Hace algún tiempo se daban las claves más significativas sobre la nueva ley del IVA de la Unión Europea para artículos y servicios digitales. A partir del 1 de enero de 2015, en caso de que se lancen servicios digitales a clientes de la UE, deberá aplicar el IVA en las boletas o facturas pertenecientes al país de origen del cliente (párr. 1).

Sea como sea, la UE no es el único dominio para registrar productos digitales y servicios digitales, un número cada vez mayor de naciones están adoptando nuevas leyes de esa manera. Ningún país debe perder su parte del porcentaje de impuesto en este mundo globalizado ya casi con fronteras difusas, en particular para las empresas u organizaciones grandes (Hernández, 2019, párr. 2).

Hernández (2018), señalo que “Con las nuevas legislaciones, si vendes tus productos digitales a un consumidor que se encuentre en un país extranjero con impuestos digitales, tienes que aplicar el IVA vigente en dicho país y periódicamente abonar todo el impuesto que hayas recolectado a las correspondientes autoridades fiscales” (párr.3).

Añade Hernández (2018), que existen regiones con nuevas leyes sobre impuesto digitales, es decir han efectuado cambios en su normatividad de impuestos a los servicios digitales, entre los cuales están los siguientes países:

- **Arabia Saudita:** Arabia Saudita es un miembro del Consejo de Cooperación del Golfo (GCC) y ha ejecutado sus estrategias con respecto al IVA digital para vendedores extranjeros. El IVA para servicios y productos digitales es del 5% desde la venta principal. Todas las organizaciones foráneas deben inscribirse en el registro del IVA (párr. 4).
- **Australia:** a partir del 1 de julio de 2017, Australia presenta su ley de impuestos digitales. En este momento, esta ley solo se vería afectado en las organizaciones digitales extranjeras de servicios digitalizados B2C que deben aplicar el 10% del GST en sus ventas digitales (párr. 5).
- **Corea del Sur:** es un destacado entre las naciones más propulsadas tecnológicamente en el planeta. Prácticamente el 90% de su población tiene un teléfono móvil avanzado y la utilización de productos digitales es alta. De esta

manera, no es nada inesperado que esta nación sea también uno de los pioneros en la fundación de este nuevo tipo de impuestos digitales (párr. 8).

- **Estados unidos:** Estados Unidos se encuentra con un movimiento generalizado en la política fiscal con respecto a los productos digitales y los negocios en línea. Algunos estados cobran impuestos de ventas en SaaS y productos digitalizados (párr.10).
- **Sudáfrica:** Sudáfrica presentó su ley del IVA sobre servicios y productos digitalizados en julio de 2014. El límite del cobro de este impuesto es de 50,000 ZAR (aproximadamente € 2,900) al año. A diferencia de las diferentes naciones, en Sudáfrica no hay distinción en el rango de ventas B2C y B2B. En tanto entidades están obligados a pagar el 14% del IVA local (párr. 19).
- **Unión Europea:** En enero de 2015, la ley de IVA digital entró en la normativa de la Unión Europea. No como en otras naciones, no hay un límite anual para comenzar a gravar este impuesto. Posteriormente, desde el euro inicial de la compra se debe aplicar el IVA en la totalidad de las ventas dentro de la UE (párr. 23).
- **Colombia:** respaldará el uso del 19% de IVA en los servicios digitales realizados por organizaciones externas dentro de la nación. No habrá límite de inscripción y, en los intercambios B2B, será el comprador quien aplique el impuesto. La Ley debería haber entrado en la normativa en julio del 2018, sin embargo, todavía se está reconsiderando (párr. 26).

1.2.2.2 El comercio Electrónico

1.2.2.2.1 Definición

La OCDE ha definido el comercio electrónico como “la compraventa de bienes o servicios, realizada a través de redes informáticas mediante métodos específicamente diseñados con el objeto de recibir o hacer pedidos”. (Proyecto OCDE/G20 de Erosión de la Base Imponible y Traslado de Beneficios: Cómo abordar los desafíos fiscales de la Economía Digital, 2014, p.82).

Por su parte, Laudon y Laudon (2012) señala que el comercio electrónico se refiere al:

Uso de Internet y Web para realizar transacciones de negocios. Dicho de una manera más formal, trata sobre las transacciones comerciales con capacidad digital entre organizaciones e individuos. En su mayor parte, esto se refiere a las negociaciones que ocurren a través de Internet y Web. Las transacciones comerciales involucran el intercambio de valor (es decir, dinero) a través de los límites organizacionales o individuales, a cambio de productos y servicios (p.373).

1.2.2.2.2 Clasificación del comercio electrónico:

a) Según la participación de los sujetos

De acuerdo a este tipo de clasificación, el comercio electrónico se divide en los siguientes:

- **Comercio electrónico entre empresas, también conocido como Business-to-Business o B2B**

El Proyecto OCDE/G20 de Erosión de la Base Imponible y Traslado de Beneficios: Cómo abordar los desafíos fiscales de la Economía Digital (2014), señala que el comercio electrónico entre empresas “son aquellas en las que una empresa vende productos o servicios a otra empresa”. (p. 83).

Por su parte González (2006) menciona que:

Abarca tanto las actividades de intercambio de bienes o servicios para que sean integrados en la cadena de valor de otra empresa, como las transacciones e información relacionada con los procesos comerciales completos entre proveedores, socios o canales, como los pedidos, el pago, el Intercambio Electrónico de Datos (EDI), servicios básicos y avanzados de adquisición, los sistemas de ayuda a la distribución y la gestión de la logística, etcétera. (p. 139).

- **Comercio electrónico de empresa a consumidor, también conocido como Business-to-Consumer o B2C**

El Proyecto OCDE/G20 de Erosión de la Base Imponible y Traslado de Beneficios: Cómo abordar los desafíos fiscales de la Economía Digital (2014), señala que “toda empresa que opera con arreglo a este modelo vende bienes o servicios a particulares que actúan en un contexto ajeno a su profesión”. (p. 83)

- **Comercio electrónico entre consumidores, también conocido como Consumer-to-Consumer o C2C**

El Proyecto OCDE/G20 de Erosión de la Base Imponible y Traslado de Beneficios: Cómo abordar los desafíos fiscales de la Economía Digital (2014) afirma que:

Las empresas que operan en el comercio electrónico C2C actúan como intermediarios, ayudando a los consumidores a vender o alquilar sus activos (bienes inmuebles, automóviles o motocicletas, entre otros) publicando sus anuncios en páginas web y agilizando las transacciones. Estas empresas pueden cobrar o no al consumidor por el uso de sus servicios, dependiendo de su modelo de ingresos. (p. 84).

- **Comercio electrónico de igual a igual, también conocido como Peer-to-Peer o P2P**

Laudon y Guercio (2010) manifiesta que:

La tecnología de igual a igual permite a los usuarios de Internet compartir archivos y recursos de computadora de manera directa, sin tener que pasar por un servidor Web central. En su forma más pura no se requiere intermediario, aunque, de hecho, la mayoría de las redes P2P utilizan “súper servidores” intermediarios para agilizar las operaciones (p. 21).

- **Comercio móvil, también como conocido como m-commerce**

Laudon y Guercio (2010) señala que:

Se refiere al uso de dispositivos digitales inalámbricos para realizar transacciones en Web (...), implica el uso de redes inalámbricas para conectar teléfonos celulares, dispositivos de bolsillo como BlackBerries y computadoras personales para el servicio Web. Una vez conectados, los consumidores móviles pueden realizar transacciones (incluyendo transacciones de valores), comparaciones de precios en tiendas, operaciones bancarias, reservaciones de viaje y mucho más (p. 21-22).

b) Según el medio utilizado

- **Comercio electrónico directo o comercio electrónico on-line:**

Nieto (2011), señala que “Es el que tiene por objeto la transacción de bienes intangibles, en los cuales el pedido, pago y envío se producen online, siendo claros ejemplos de esta modalidad las transacciones de software y música” (p.11).

- **Comercio electrónico Indirecto o comercio electrónico off-line:**

Nieto (2011), manifiesta que “Es aquel utilizado para la adquisición de bienes tangibles, es decir aquellos contenidos en un soporte material. Si bien las transacciones se realizan electrónicamente, al ser cosas y objetos tangibles deben ser enviados usando canales de distribución tradicionales” (p.11).

c) Según el entorno tecnológico en que desenvuelve la actividad comercial

- **Comercio electrónico abierto:**

Nieto (2011), manifiesta que se presentan “cuando los contratos se perfeccionan y eventualmente se ejecutan en redes abiertas de telecomunicación (Internet)” (p.12).

- **Comercio electrónico cerrado:**

Nieto (2011), manifiesta que se presentan “cuando la contratación tiene lugar en redes cerradas, en las que sólo pueden operar quienes cuentan con la pertinente habilitación contractual, sin la cual el acceso a dichas redes resulta velado (EDI)” (p.12).

1.2.2.3 Normatividad del impuesto general a las ventas

En general, se tienen preguntas al decidir cuándo estamos enfrentando la sospecha de uso de los servicios. En gran medida, esto se debe a que, a pesar de todo, no tenemos un significado de lo que deberíamos comprender por la expresión "consumido o utilizado" en

el dominio nacional. En cualquier caso, el Tribunal Fiscal y la Administración Tributaria están sesgados por la regla de la principal demostración de actitud del servicio, por cuya ética, un servicio se gastará o utilizará cuando el cliente se sirva o utilice el servicio en la región nacional (Morillo, 2014, p.1).

Normatividad tributaria vigente

Para la utilización de servicios digitales se tomaron en cuenta los siguientes aspectos:

Aspecto objetivo: De acuerdo con la exigencia b) del artículo 1 de la Ley del IGV, la utilización de los servicios en la nación está sujeta al IGV. Por lo tanto, para determinar el alcance de esta sospecha, deberíamos examinar qué debe comprender el uso de los servicios. En el último pasaje del numeral 1 de la letra c) del artículo 3 de la Ley de IGV, se construyó que por las motivaciones detrás de la aplicación del deber, se considerará los acompañamientos siguientes:

Morillo (2014) manifestó que: El servicio se utiliza en la nación mientras está siendo prestado por un sujeto no domiciliado, se gasta o se utiliza en el dominio nacional, libremente del lugar en el que se paga o se recibe la contraprestación y del acuerdo donde se realizó el contrato (p.1).

Para resumir lo que se muestra en el párrafo anterior, un servicio será visto como utilizada en la nación cuando es consumido o utilizado en la región nacional. A pesar del lugar de la instalación o donde se llegó a un acuerdo, no es importante decidir si un servicio se utiliza o no en la nación. De esta manera, a través del Informe N ° 228-2004-SUNAT / 2B0000, a continuación, se indica:

"Por razones del Impuesto General a las Ventas, a fin de decidir si el servicio otorgado por un no domiciliado ha sido consumido o utilizado en el dominio nacional, el lugar en el que debe usarse el pronto uso o la principal demostración del servicio. Para este fin, las condiciones autorizadas establecidas por las partes deben desglosarse para construir donde se considera que el servicio ha sido consumido o utilizado" (Morillo, 2014, p.1).

En ese momento, según lo expresado en el informe mencionado anteriormente, se utilizará un servicio donde se realice el uso inmediato o la demostración principal del servicio. De igual manera, a través del subpárrafo b) del numeral 1 del artículo 2 del Reglamento de la Ley del IGV, se realizaron las siguientes apreciaciones: "(...). No se consideran utilizadas en la nación aquellos servicios de ejecución rápida que por su temperamento se gasta completamente en el extranjero o los servicios de reparación y soporte de barcos y aeronaves de diferentes métodos de transporte dados al extranjero (Morillo, 2014, p.1).

Para el impacto de la utilización de los servicios en la nación, se considera que la fundación duradera domiciliada en el extranjero de personas naturales o jurídicas domiciliadas en la nación es un sujeto no domiciliado. En los casos de alquiler de embarcaciones y aeronaves y diferentes métodos de transporte proporcionados por personas no domiciliadas que se utilizan a medias en la nación, se comprenderá que solo (60%) se presta en el dominio nacional, y se le carga con el impuesto solo a esa parte (Morillo, 2014, p.1).

Aspecto subjetivo: En el subpárrafo c) del numeral 9.1 del artículo 9 de la Ley del IGV, a continuación se estableció: "9.1 Los contribuyentes serán ciudadanos, personas características, personas legítimas, órdenes sociales matrimoniales que tienen el privilegio de alternativa en la atribución de rentas prevista en los estándares que administran el Impuesto a la renta, progresiones unificadas, organizaciones impredecibles, recursos fiduciarios de las organizaciones de titulación, activos compartidos por intereses en valores y subsidios a la especulación que crean acciones comerciales que:

De lo anterior, se suele argumentar que, debido al uso de los servicios, el proveedor no debe estar domiciliado. De la misma manera, podemos mencionar que los clientes que hacen movimientos de negocios serán responsables de los impuestos. A causa de los ciudadanos que no realicen actividad de negocios, se les considerará sujetos al impuesto cuando realizan de manera rutinaria diferentes tareas que caen dentro de la aplicación del impuesto (Morillo, 2014, p.1).

De tal manera, a través del Informe N ° 011-2005-SUNAT / 2B0000 se determinó que:

Morillo (2014) manifestó que: *En el caso de que se disponga de servicios en la nación, si el cliente del servicio es un elemento de derecho libre, debe pagar el IGV, una condición que debe resolverse en cada caso explícito, según los criterios construidos en la administración que controlan el IGV* (p.1).

Por lo tanto, el servicio dado por un proveedor externo para personas naturales no está gravada con impuestos. De esta manera, a través del Informe N ° 055-2006-SUNAT / 2B0000, el siguiente se completó:

Los servicios proporcionados por organizaciones no domiciliadas en el Perú que están contratadas para realizar, a título oneroso, los trámites y las gestiones importantes para que los productos adquiridos por personas naturales que no hacen actividad de negocios, directamente en el extranjero o por internet, se entregan a los domicilios de estas últimos en el país, se gravan con el Impuesto General a las Ventas. Las personas naturales que no hacen actividades de negocios y que utilizan los servicios mencionados anteriormente, están sujetos al Impuesto General a las Ventas como contribuyentes, dado que, como lo indican los controles, la forma en que dichos servicios son engorrosas y de carácter comercial hace que sean regulares en la realización de dichas operaciones (Morillo, 2014, p.1).

1.2.2.4 Normatividad del Impuesto a la renta Empresarial

De acuerdo con los artículos 9 y 10 de la Ley del Impuesto sobre la Renta - LIR, que establece la relación de las rentas adquiridas por empresas no domiciliadas en el Perú y que están dentro del alcance de la aplicación del Impuesto sobre la renta del Perú (Ruiz, 2009, p.1).

Como la mayoría de los servicios, esencialmente hablamos de prestaciones que hacer; es decir, actividades que son producidos por individuos específicos (típicamente organizaciones). En la instancia explícita del servicio "digitalizado", según el artículo 9 de la LIR expresa que este es una actividad que se realiza esencialmente a través de Internet, es decir, a través de una metodología de comunicación que utiliza un dialecto binario que tiene dos dígitos: cero y uno. También es necesario tomar nota de eso, según el artículo. 4-A. b)

de la Regulación del Impuesto a la Renta - RIR, se comprende que un servicio digital cuando tiende a ejecutarse solo a través de las TI (tecnología de información) (Ruiz, 2009, p.3).

Ruiz (2009) puso como ejemplo lo siguiente:

Una organización de CC, inscrita en el Registro Público de Canadá, otorga el servicio publicitario en acuerdos virtuales, para una organización de PP, inscrita en el Registro Público de Perú, a cambio de un gasto de 100. Se trata de un movimiento publicitario a través de la web para asesorar a los turistas interesados sobre la presencia de un alojamiento que posee la organización PP en Machu-Picchu (p. 3).

Desde la perspectiva especializada, el servicio publicitario que se promueve, de manera virtual, debe hacerse mediante métodos para instrumentos digitalizados. De esta manera, la renta (100) se encuentra dentro del alcance de la aplicación del Impuesto a la Renta del Perú. Diversa es la situación de las administraciones legítimas.

Otro ejemplo planteado por Ruiz (2009):

“La organización EE, inscrita en el Registro Público de Uruguay, otorga en esa nación el servicio asesoría legal a la organización de PP, inscrita en el Registro Público de Perú, a cambio de un gasto de 100. Este servicio se realiza a través de Internet. Para esta situación, la administración de la asesoría se puede hacer en general, sin recurrir a la web, a través de la planificación y el envío al cliente de un informe que está tipificado en un registro compuesto explícito. Además, es concebible ejecutar este servicio a través de internet” (p. 4).

Curiosamente, estamos ante un servicio cuya ejecución no requiere realmente la utilización del internet o alguna otra red de comunicación comparable (Ruiz, 2009).

De esta manera, la renta contenida por la organización EE no está dentro del alcance del artículo 9.i) de la LIR de Perú. Además, deberíamos examinar si está incorporada dentro del artículo. 9.e) de la LIR, que es el estándar relevante para todos los servicios en general, cuando son impartidas por sujetos no domiciliados en el Perú. Según este último dispositivo legal, es imperativo que el servicio se complete dentro de la región de Perú. Al igual que en el precedente teórico, se demuestra que la sociedad de EE otorga a la administración de asesoría legítima en el dominio del Estado de Uruguay, en ese momento es un caso que se excluye dentro del alcance de la mano de obra. 9.e) de la LIR (Ruiz, 2009, p.3).

De esta manera, el último fin es que la renta (100) obtenido por la organización EE califica como inerte desde la perspectiva del Impuesto a la Renta del Perú, ya que no está dentro del alcance de los artículos 9.i) y 9.e) de la LIR de Perú. Entonces otra vez, en la segunda sección del artículo. 4-A. b) del RIR acumula un resumen referencial de algunos servicios digitales, por ejemplo, el mantenimiento de la programación, el almacenamiento de información, etc. Como tal, antes de que algún otro servicio digital de paga, independientemente de si no está dentro del resumen acumulado por el artículo. 4-A. b) del RIR y dio que cumple con los requisitos previos establecidos en el artículo. 9.i) de la LIR-it debe comprenderse que el impuesto adquirido por el proveedor individual no domiciliado en el Perú está sujeto al Impuesto sobre la Renta del Perú (Ruiz, 2009, p.3).

1.2.2.4.1 Reglamento de la Ley del Impuesto a la renta en el “servicio digital”

A diferencia del contenido de la Ley del Impuesto a la Renta, donde no hay un significado de servicio digital, el contenido de la Regulación de la Ley del Impuesto a la Renta contiene un significado de "servicio digital". Podemos valorar eso dentro de lo estricto

b. El Artículo 4-A contiene una definición no exclusiva y no restrictiva, a través de la cual

se entiende el servicio digital como "cualquier servicio que se haga accesible al cliente a través de Internet o cualquier otra red la cual haga uso de plataformas o tecnología utilizada por Internet o algún otro sistema a través del cual los servicios digitales se otorgan a través del acceso en línea y se describen básicamente como programadas y no son adecuadas sin tecnología de datos. Para efecto detrás del Reglamento, las referencias a la página de Internet, proveedor de Internet, administrador de Internet, incorporan tanto Internet y algún otro sistema público o privado. Aquí vemos que, en el servicio digital, dos partes esencialmente se combinan, que son:

- a) Hay accesos en línea a través de Internet o cualquier adaptación o utilización de las plataformas o tecnologías utilizadas por Internet o algún otro sistema a través del cual se proporcionan servicios similares a través del acceso en línea, lo que permite que un cliente del servicio pueda hacer una cuestión o descubra datos que sean accesibles para él (Alva, 2011, p.2).
- b) El servicio digital está totalmente programado. En el caso de que valoremos estos dos segmentos juntos, terminaremos enfrentándonos a una "servicio digital". Solo para la situación en que uno de los dos componentes mencionados anteriormente no se cumple y se utilizan métodos físicos para ayudar la entrega a través de una, manera alternativa a Internet o desde alguna otra etapa o desde una Red Privada Virtual (para, por ejemplo, Por ejemplo, la transmisión de un CD que contiene un Libro Electrónico, no puede considerarse como un servicio digital, sino que, en su lugar, un servicio en general (Alva, 2011, p. 2).

1.2.2.4.2 Servicios digitales según el Reglamento de la Ley del Impuesto a la Renta

Alva (2011), indicó que el contenido del artículo 4-A del Reglamento, demuestra un resumen explícito de los servicios que califican como "servicios digitales". No obstante, se hace referencia a la expresión "entre otros", que confirma que sería un aviso no prohibitivo que permite también otras suposiciones relacionadas. Con respecto a este asunto, es importante mencionar que cuando legislador hace utilización de la expresión "entre otros", permite deducir que se trata de un procedimiento autorizado para pensar en una lista abierta y no una lista cerrada, lo que esencialmente sugiere que los servicios a las que se hace referencia en el Reglamento de la Ley del Impuesto a la Renta son para fines ilustrativos y no solo para esos servicios. Cuando este punto se aclara, se mencionan a los servicios que el Reglamento asigna como digitales a:

- **Mantenimiento de software:** Es el servicio de mantenimiento de programas de guía de PC (programación) que pueden incorporar actualizaciones de los programas obtenidos y ayuda especializada con el sistema.
- **Soporte técnico al cliente en red:** Servicio que brinda ayuda especializada en línea que incluye propuestas de instalación, organización en línea de documentación especializada, acceso a la base de datos de investigación o asociación programada con personal especializado a través de correo electrónico.
- **Almacenamiento de información (Data warehousing):** Servicio que permite al cliente almacenar sus datos modernizados en los servidores de su propiedad por el prestador del servicio, en los que trabaja. El cliente puede acceder, almacenar, retirar y controlar dichos datos de forma remota.

- **Aplicación de hospedaje (Application Hosting):** Servicio que permite a un cliente que tiene un permiso indefinido para utilizar un programa de pautas para PC (programación), para entrar en un acuerdo con un elemento hospedante para el que apila el programa de instrucciones mencionado anteriormente en los servidores que trabaja y que sea de su propiedad.
- **El hospedante provee de soporte técnico:** El cliente puede acceder, ejecutar y trabajar el programa de forma remota. En otra metodología, el elemento host es también el propietario de la innovación protegida directamente sobre el programa de pautas para PC (programación) que almacena en el servidor de su propiedad, lo que permite al cliente acceder, ejecutar y trabajar el programa de forma remota. El servicio permite que la aplicación se ejecute desde la PC del cliente, después de que se descargue a la RAM o de forma remota desde el servidor.
- **Provisión de servicios de aplicación (Application Service Provider - ASP):** La cooperativa de especialistas en aplicaciones (ASP) adquiere licencias para la utilización del programa de instrucciones para PC (programación), para que dichos programas se encuentren en servidores que posean para respaldar a sus clientes. La entrada al producto habla para que el cliente obtenga el servicio de ayuda comercial mediante las cuales puede solicitar, pagar y difundir mercancías y empresas objeto de su negocio. La aplicación especializada cooperativa (ASP) solo le da al cliente la manera de comunicarse con personas externas.
- **Almacenamiento de páginas de Internet (web site hosting):** servicio que permite al proveedor ofrecer espacio en su servidor para almacenar páginas de Internet, sin aumentar los derechos sobre el contenido de la página cuando está incrustado en el servidor de su propiedad.

- **Acceso electrónico a servicios de consultoría:** Servicio a través del cual se pueden proporcionar servicios competentes (expertos, abogados, especialistas, etc.) a través del correo electrónico, la recopilación de videos u otros métodos remotos de comunicación.
- **Publicidad (Banner ads):** Servicio que permite mostrar avisos en ciertas páginas de Internet. Estas notificaciones son imágenes, diseños o escritos promocionales, típicamente de tamaño pequeño, que se muestran en un sitio y que normalmente sirven para conectarse al sitio del publicista. El pensamiento para este servicio fluctúa de las ocasiones en que se muestra el aviso al cliente potencial en las ocasiones en que un cliente elige la imagen, realismo o contenido.
- **Subastas “en línea”:** servicio mediante el cual el proveedor de Internet ofrece diferentes productos (de terceros) que deben adquirirse al cierre. El cliente obtiene los productos directamente del propietario de dicha mercancía, quien paga a la cooperativa de especialistas informatizados con un nivel del trato o una suma establecida.
- **Reparto de Información:** Servicio a través del cual los datos se distribuyen electrónicamente a los patrocinadores (clientes), planeados por sus propias inclinaciones. El incentivo fundamental para los clientes es la comodidad de aceptar datos en una organización planificada según sus necesidades particulares.
- **Acceso a una página de Internet interactiva:** servicio que permite al proveedor hacer accesible a los partidarios (clientes) un sitio descrito por su contenido digital (datos, música, grabaciones, recreaciones, ejercicios), sin embargo, cuya estimación principal reside en la colaboración en línea con el sitio web, más que la probabilidad de adquirir productos o servicios.

- **Capacitación Interactiva:** Programa de entrenamiento a través de internet. Los educadores o la sustancia se pueden encontrar en cualquier lugar del planeta.
- **Portales en línea para compraventa:** Servicio por el cual el administrador de un sitio almacena en sus servidores, índices electrónicos de diferentes proveedores de mercancías o servicios. Los clientes de dichas páginas pueden elegir artículos de estos inventarios y realizar pedidos en la web. El administrador de Internet transmite sus solicitudes a los proveedores, quienes están a cargo de tolerar y preparar las solicitudes y, además, pagar una comisión al administrador de Internet (p.1).

1.2.2.5 Obligación Tributaria

Palomino (2018) indicó que “la obligación es el vínculo jurídico que constituye a los contribuyentes en la necesidad de dar o hacer, tolerar o permitir, y la tributación es estrictamente recaudatorio, ya que se establecen contribuciones con propósitos diversos” (p.1).

Palomino (2018) señaló que los elementos que componen la obligación tributaria son:

- Sujeto activo: Siempre es el Estado. Está el que establece el impuesto que debe pagar el contribuyente y realiza actividades tendientes al cobro.
- Sujeto pasivo o tercero: Son los contribuyentes. La persona está obligada al pago del impuesto que la ley señala.
- El objeto: Es la unidad de medida, en donde se aplica la tasa, cuota o tarifa.

Por tanto, caracterizan a la obligación tributaria los siguientes aspectos:

- Se contiene en ley.
- Se establecen los sujetos activo y pasivo.
- Se describe el objeto de la obligación.
- Se expresa la base, la tasa y/o tarifa.
- Se prescribe el momento y lugar del devengo del tributo (p. 5-6).

1.2.2.6 Modelo de Tributación

1.2.2.6.1 Impuestos directos

Lo indicado por la International Fiscal Association (2016), que “la economía digital es el resultado del proceso transformativo que se origina en las tecnologías de la información y las comunicaciones. Este proceso ha llevado a crear tecnologías más baratas, más poderosas y más estandarizadas” (p. 4).

La economía digital se está convirtiendo en la economía misma. En el futuro cercano va a ser muy difícil, si no imposible, aislar la economía digital del resto de la economía. No obstante, la economía digital exhibe ciertos factores y elementos que le son propios y que pueden ser muy relevantes para efectos tributarios (International Fiscal Asociación, 2016, p. 4).

“Criterios relevantes: movilidad, confiabilidad de la información, efectos en la red, tendencias a monopolios y oligopolios, entre otros” (International Fiscal Association, 2016, p. 4).

La International Fiscal Association (2016) señala que, si bien los asuntos que plantea la economía digital no son únicos, sí hay algunos elementos que de alguna manera exacerban los riesgos BEPS. En ese orden de ideas, se han sugerido medidas como las siguientes:

1. Modificar la lista de actividades auxiliares y preparatorias, para tratar de frenar la fragmentación de negocios (i.e. evitar que las líneas de negocios se fragmenten para que algunas partes califiquen como “auxiliares y preparatorias” a pesar de que en su conjunto no lo sean. (E.g. Amazon).
2. Ajustar la definición de EP para alcanzar aquellos acuerdos artificiales en los que la fuerza de ventas de una subsidiaria realiza las negociaciones para concluir contratos que sustancialmente nunca son modificados por la matriz. En este caso, debe existir un EP para la matriz en el estado de la fuente (E.g. Dell). (p. 5)

1.2.2.6.2 Impuestos directos

En la mayoría de países, las normas de tributación indirecta (e.g. IVA) son anteriores al florecimiento y desarrollo de la economía digital. Los impuestos como el IVA son, usualmente, territoriales y el hecho generador se verifica, en la mayoría de los casos, en función del lugar donde se desarrolle materialmente una actividad. En las ventas de bienes, usualmente el recaudo se logra al momento de la importación. En los “servicios electrónicos” no hay un control claro de las operaciones o del consumo (International Fiscal Association, 2016, p. 42).

Las dificultades prácticas más importantes son (i) exenciones en la importación de bienes, y (ii) falta de control en operaciones B2C.

Dos enfoques para abordar el segundo problema: a) tributación en el Estado de la residencia del prestador del servicio, o b) tributación en el lugar de consumo.

Sistema de tributación en función del lugar de consumo: Implica, típicamente, la creación de un sistema de recaudo o retención en cabeza del usuario o del sistema financiero. Esto, en la práctica, ha sido ineficiente. Por eso, OCDE ha sugerido que sea el proveedor de servicios quien se registre y se vuelva responsable del IVA en el país donde se lleva a cabo el uso o consumo (International Fiscal Association, 2016, p.43).

“En cualquier caso, las dificultades prácticas harían que el nivel de recaudo sea bajo, creando así un incentivo para que las empresas locales migren para lograr una mejor posición competitiva” (International Fiscal Association, 2016, p.43).

1.2.2.7 Contribuyente del impuesto a la renta en servicios digitales

SUNAT (2014), indica que como se aprecia de las normas citadas, los sujetos no domiciliados en el país se encuentran gravados con el Impuesto a la Renta únicamente por sus rentas de fuente peruana, siendo la prestación de servicios digitales una de las operaciones por las que pueden generar dichas rentas. Además, para que una operación sea calificada como servicio digital, en general, debe cumplir con las características que establece el Reglamento; y para que la renta que genere sea de fuente peruana gravada con el Impuesto a la Renta, dicho servicio debe utilizarse económicamente, usarse o consumirse en el país. Respecto a las características de los servicios digitales, resulta pertinente citar el Informe N.º 018-2008-SUNAT/2B0000 (1), en el que se ha señalado que:

- a) Se trata de un servicio, esto es, la realización de una prestación de una persona para otra.
- b) Debe prestarse a través del Internet o de cualquier adaptación o aplicación de los protocolos, plataformas o de la tecnología utilizada por Internet o cualquier otra red.

c) Se presta mediante accesos en línea, es decir, se presta al usuario mediante conexión a la red (internet u otra red o sistema).

d) Debe ser esencialmente automático, esto es, debe requerir una mínima intervención humana.

e) Depende de la tecnología de la información, lo que implica que solo es viable si existe desarrollo básico de herramientas informáticas. En ese sentido, toda vez que en el supuesto a que se refiere la primera consulta algunas de sus características son que el servicio en cuestión no es esencialmente automático y que es viable en ausencia de tecnología de la información [no cumpliendo, por tanto, las características a que se refieren los literales d) y e) precedentes, se puede afirmar que dicho servicio no califica como servicio digital (p. 2).

1.2.2.8 Recaudación tributaria

Según Bernal (2015), la medida para establecer el domicilio fiscal de personas jurídicas es el lugar donde se constituyen, es decir, en el caso de que una persona jurídica no esté constituida en el país, tendrá el estado de persona jurídica no domiciliada y por ello producir rentas de un pago de una fuente peruana por sí misma o por sucursales, agencias o establecimientos permanentes (p.1).

1.2.2.9 Servicios de Netflix Spotify y Uber

Cuando aludimos a la expresión "digital", implicamos que está firmemente identificado con el dialecto "binario", que piensa en dos componentes: "unos" (1) y "ceros" (0), donde se pueden hacer innumerables mezclas de estos componentes.

Esto es correcto para crear direcciones a los ordenadores para su funcionalidad completa. Como lo indica la definición financiera que decide el Diccionario de la Real Academia Española sobre "servicio" se dice que es una "prestación humana que satisface alguna necesidad social y que no forma parte de la creación de productos materiales".

De lo mencionado anteriormente y en una línea similar, podemos afirmar que el servicio alude a la satisfacción de una prestación individual o de tipo empresarial, que espera buscar el cumplimiento de una necesidad social o monetaria de otra, a cambio de una retribución (si hay la remota posibilidad de que sea servicio de tipo oneroso), que puede ser de dos tipos (I) financiera o (ii) en especie. Como resultado de la disposición de un servicio, puede completarse un círculo en un ítem, es decir, un "hacer" se cierra en un "dar". En la remota posibilidad de que, por diferentes motivos, se haga uso de los aparatos y utilidades que ofrece Internet o la Red Privada Virtual (VPN), para satisfacer la disposición de un apoyo externo y estos son completamente vitales, fundamentales, indispensables, básico e ineluctable, para tener la capacidad de hacer el equivalente, este servicio tendrá la que ser clasificado como "digital".

La VPN o el sistema privado virtual es un sistema en el que la red privada de un cliente entre diferentes destinos se produce dentro de un marco mutuo. Ya era importante que la comunicación total se extendiera entre dos. Actualmente, hay administradores que ofrecen esta disponibilidad utilizando Sistemas compartidos, pero con todos los atributos de seguridad, protección y ejecución como si el sistema fuera únicamente para la organización (Alva, 2011, p. 1).

Los avances tecnológicos realizados por la globalización permiten al cliente elegir el momento y la sustancia de lo que necesita ver o escuchar, trasladándose de la televisión o

radio habitual a la utilización de Internet. Uno de los servicios de Internet mejor realizadas son los servicios streaming (Pozueco, 2014, p. 29).

Pozueco (2014) dice que: “se utiliza hoy en documentos o radios para comunicar eventos en vivo, en páginas del sitio donde el cliente puede acceder a contenidos in live o diferido y, obviamente, en videoconferencias y entrenamiento a distancia” (p.29).

Pozueco (2014) incluye que: “La innovación del streaming nos permite dispersar contenidos multimedia (es decir, el sonido y el video) a través de una disposición de información (por ejemplo, Internet) de una manera coherente y continua, sin la necesidad de descargar el documento” (p 29).

También Cehis (2017) afirma que:

El streaming nunca lo guarda el cliente ya sea en PC, tableta o teléfono inteligente, razón por la cual hace que sea un poco más seguro mantener una distancia estratégica de la falsificación escrita o que capturen el registro de sonido/video. También al streaming se le puede llamar radio, TV en línea o WebTV (párr. 6).

1.2.2.10 Formalización de empresas de servicios digitales

Las empresas más conocidas que brindan ese tipo de servicios en Perú son las siguientes:

a) Plataforma digital Netflix

Es una organización estadounidense que "ofrece a sus suscriptores la experiencia de obtener programas de tv, series y películas, de forma inmediata e ilimitada a través de

Internet en sus televisores, PC y teléfonos celulares a un costo fijo de mes a mes". (Heredia, 2017).

Netflix superó el indicador de los clientes estadounidenses e internacionales. La organización incluyó 7,05 millones de nuevos suscriptores, mientras que el mercado anticipó 5,17 millones. De esta manera, en el trimestre que finalizó en diciembre del 2017, Netflix incluyó 5,12 millones de clientes en todo el mundo y 1,93 millones de suscriptores estadounidense (Acuña, Huamán y Taddey, 2015, p. 21).

b) Plataforma digital Spotify

Es una organización sueca que permite descargar música a través de Internet. Es un servicio digital de música, que fue impulsada el 23 de abril de 2006 por dos jóvenes suecos, Daniel Ek y Martin Lorentzon. Esta etapa le permite sintonizar su música más preferida sin descargarla en su PC o teléfono móvil, esta plataforma no tendrá espacio en nuestra memoria y, curiosamente, se está libre de virus informáticos, este servicio está en 60 países, con más de 140 millones de clientes, de los cuales 60 millones son clientes que pagan el servicio, es la plataforma digital musical más grande del planeta y su valoración actual supera los \$ 16,000 millones (Pérez, 2018, párr. 3-4).

Es un destacado entre los servicios de música en la nube más importante del planeta, con más de 20 millones de canciones, y también está en el Perú. La creación del nombre comienza cuando Daniel y Martin estaban en diferentes habitaciones gritando nombres concebibles para la organización, Martin gritó un nombre y Daniel pensó que escuchó "Spotify", Daniel buscó rápidamente en Google y no encontró resultados, y era una palabra única y en ese instante registraron la marca (Pérez, 2018, párr. 3-4).

c) Plataforma digital Uber

Uber es el uso de taxis con mayor intervención en el mercado, son pioneros con más de la mitad del mercado en el Perú, pero también es un destacado entre la mayoría de los reclamos. Con respecto a sus servicios, aproximadamente el 80% son de Uber X, el 20% es pool y se aísla un pequeño margen entre Black y Van. En la parte tributaria Uber, en todos los países en general, trata de facilitar la regulación con los gobiernos nacionales y locales, buscan garantizar que esto no se limite el desarrollo y el emprendimiento en el Perú y conversan con las autoridades pertinentes, considerando diferentes encuentros con 100 jurisdicciones en el mundo, en el Perú quieren tener una regulación tributaria que promueva el buen servicio de la compañía (Correa, 2017, párr. 14).

Uber indicó que más del 70% de los ingresos producidos en la plataforma se queda en Perú en manos de los conductores (no hay un cálculo exacto en cantidades), por lo que es una base de tributación que se queda en el Perú. Con respecto a los ingresos de margen de utilidad de los conductores, se basa claramente en el tiempo en que utilizan la aplicación. Por otra parte, hay conductores que conducen en regiones de demanda alta, sobre el número de miembros de la aplicación que mantiene Uber indicó que de enero a noviembre se rechazaron 7.800 conductores por no cumplir con los principios de calidad en el Perú (Correa, 2017, párr. 18).

1.2.2.11 Actualidad de los servicios digitales

Según IPSOS Apoyo, citado por Reyes (2017): encabeza el listado de aplicaciones de video, series y películas (73%) y aplicaciones de música (67%), seguido por aplicaciones de mensaje (68%) y aplicaciones y mapas de GPS (61%). Además, se presentan las

aplicaciones games (57%) y taxis (39%). La aplicación más utilizada es trascendentalmente Facebook (95%) seguida por YouTube (86%), WhatsApp (85%), Twitter (46%), Netflix (40%) e Instagram (40%). Las diferentes aplicaciones con uso visible son Spotify (25%), LinkedIn (21%), Snapchat (20%) y Waze (17%).

1.2.2.12 Efectividad de la tributación vía retención

En el Perú según Alva (2011), indica que en la Ley del Impuesto a la Renta no hay una mención expresa a la aplicación de la tasa para servicios digitales, solo se precisa en el literal j) del artículo 56°, una alusión a las otras rentas, a las cuales se les aplica la tasa del 30% (p. 2).

El método de recaudación de impuestos para las nuevas etapas de la economía digital, por ejemplo, Netflix, Uber, Airbnb, Spotify y algunos otros, es un tema de discusión y debate en todo el mundo y en américa latina como Uruguay recibió una fórmula que los afluentes cercanos caracterizaron como "novedosa" (Da Silva, 2018, párr. 1).

Da Silva (2018), indicó que la mayor innovación es permitir que las aplicaciones que funcionan en la nación paguen sus impuestos en dólares y realicen avances trimestrales, sin el requisito previo de seleccionar un agente legal. Esto provocó la "modificación de los fundamentos" de la recaudación de impuestos "para fomentar el cumplimiento por voluntad", y de esta manera se les permite "la cuota trimestral de sus compromisos en moneda extranjera y desde el extranjero" (párr. 4)

El control de esta disposición, que reconoció las aplicaciones que realizan actividades internacionales, por ejemplo, la creación, apropiación e intermediación de películas cinematográficas y otros medios variados, , por ejemplo, Netflix o Spotify, o las que hacen

intermediación por medios digitales como Uber, los primeros se consideraban como el 100% nacionales en Uruguay (antes de que fuera el 30%) y debían compensar los impuestos de renta generada y el segundo (pagaba impuestos) pasó a tributar el 50% de renta obtenida, pero si el ofertante se encuentre en el exterior y la plataforma también, pagará el 12% de IRNR (Da Silva, 2018, párr. 10-11).

1.2.2.13 Incremento de ingresos tributarios de IR a IGV

Andina Agencia Peruana de Negocios (2018), Según Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, SUNAT (2018), indicó que los ingresos tributarios netos ascendieron a 8,280 millones de soles, monto superior en 1,126 millones de soles al resultado de similar mes del año pasado, lo que representa un crecimiento de 14.3%, indicó.

A nivel de principales componentes, la recaudación de tributos internos sumó 6,882 millones de soles en septiembre y registró un crecimiento de 9.9% en tanto que la de tributos aduaneros sumó 2,756 millones de soles y creció 20.9%.

En el desagregado por componentes destacaron los mayores pagos a cuenta del Impuesto a la Renta del Régimen General y del Régimen Mype Tributario (RMT), que se incrementaron en conjunto 12.4%; los pagos por Impuesto a la Renta de Quinta categoría (14.1%) y los asociados a no domiciliados (3.2%).

1.2.2.14 Pago de los servicios digitales

Como debería ser obvio, hay un número cada vez mayor de organizaciones que prestan servicios de streaming, a pesar del hecho de que, en este momento, no todas son accesibles en Perú, en el momento en que se puedan utilizar en el territorio peruano; se urge como

motivo, la necesidad de establecer componentes de control tributario que disminuyan los peligros incumplimiento de estas organizaciones.

El Proyecto OCDE/G20 de Erosión de la Base Imponible y Traslado de Beneficios: Cómo abordar los desafíos fiscales de la economía digital (2014), señala que existen otras estrategias de pago electivo:

- **Pago en efectivo:** Se paga en dinero real utilizando una identificación estandarizada en las tiendas. Tenemos un modelo cuando obtenemos boletos aéreos y nos dan la alternativa de pagar con un enfoque aprobado, agregando el informe impreso con la etiqueta del escáner.
- **Monederos electrónicos o cibermonederos:** Recargado previamente, se utiliza para hacer micro pagos, ya que la utilización de tarjetas para pequeñas cuotas no resulta económica.
- **Tecnologías de pago móvil:** Se realizan utilizando teléfonos celulares mediante la preparación de información relacionada con los usuarios de tarjetas convenientes. (p. 86-87).
- **Cantidad de operaciones:** Como se creó hacia el inicio de las bases hipotéticas, el comercio electrónico se ha desarrollado de forma implacable en los últimos tiempos, básicamente lo que se realiza a través de los teléfonos celulares.

1.2.2.5 Potencial de contribuyentes usuarios

Según el uso de plataformas digitales en el Perú, entre ellas Netflix y Spotify; la potencial recaudación de impuestos (Impuesto General a las Ventas e Impuesto a la Renta) que se obtendría si se regula en las respectivas normas su tratamiento tributario.

Asimismo, según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2018), la Población del Perú totalizó 31 millones 237 mil 385 personas al 2017; Asimismo según La Compañía Peruana de Estudios de Mercados y Opinión Pública SAC, en base al censo 2017 realizado por el INEI, estima y proyecta la población peruana en 32 millones 162 mil personas.

a) Plataforma digital Netflix

¿Cuánto cuesta Netflix?

Netflix ofrece tres planes de membresía para que elijas el que más te convenga.

Puedes acceder al servicio desde S/.24.90 (en Perú):

- Plan básico (S/. 24.90): Plan de 1 pantalla SD (ver en una pantalla a la vez, en definición estándar)
- Plan estándar (S/. 34.90): Plan de 2 pantallas HD (ver en dos pantallas a la vez, en alta definición cuando está disponible).
- Plan Premium (S/. 44.90): Plan de 4 pantallas HD/Ultra HD 4K (ver en definición y ultra alta definición cuando está disponible).

Usuarios de Netflix en el Perú

Según la consultora Nakono, la plataforma digital Netflix en los últimos años ha tenido un importante crecimiento desde el 2011; ya que, de acuerdo a su estudio, al cierre del 2016, Netflix había logrado 186,792 suscriptores en nuestro País. Asimismo, esta encuestadora proyecta el crecimiento que tendría Netflix entre el año 2017 y el año 2020. De acuerdo con dichas estimaciones, en 2017 Netflix llegaría a contar con 243 mil suscriptores, con un crecimiento de aproximadamente 56 mil suscriptores respecto al año

2016. Cabe destacar que las estadísticas son de cuentas únicas, es decir suscriptores y no el número de personas que ve Netflix, que son muchos más. (Salazar, 2017).

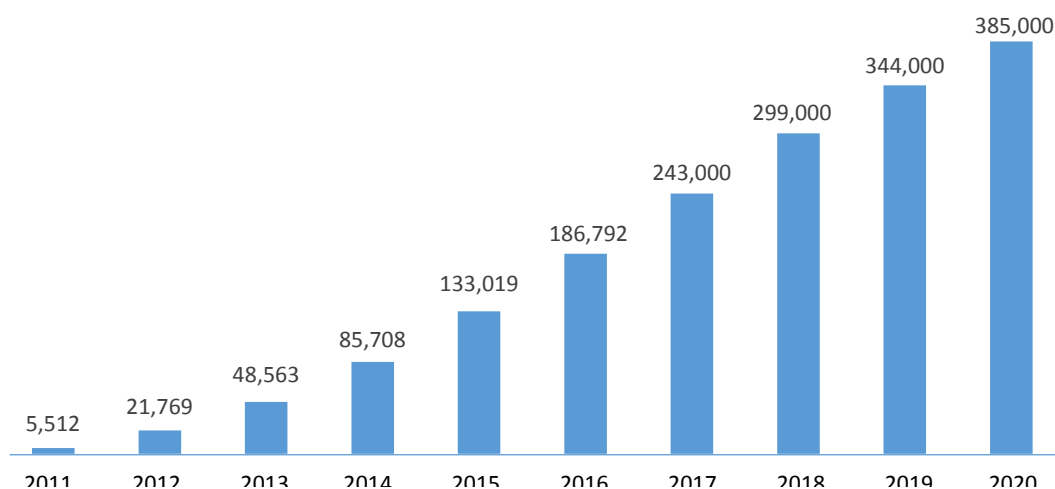


Figura 1. Netflix - Suscriptores en el Perú

Fuente: Salazar (2017), obtenido de <https://gadgerss.com/2017/08/12/le-ha-ido-netflix-frente-otras-plataformas-video-streaming-peru/>

Además, el costo de mensual del servicio de video de streaming es;

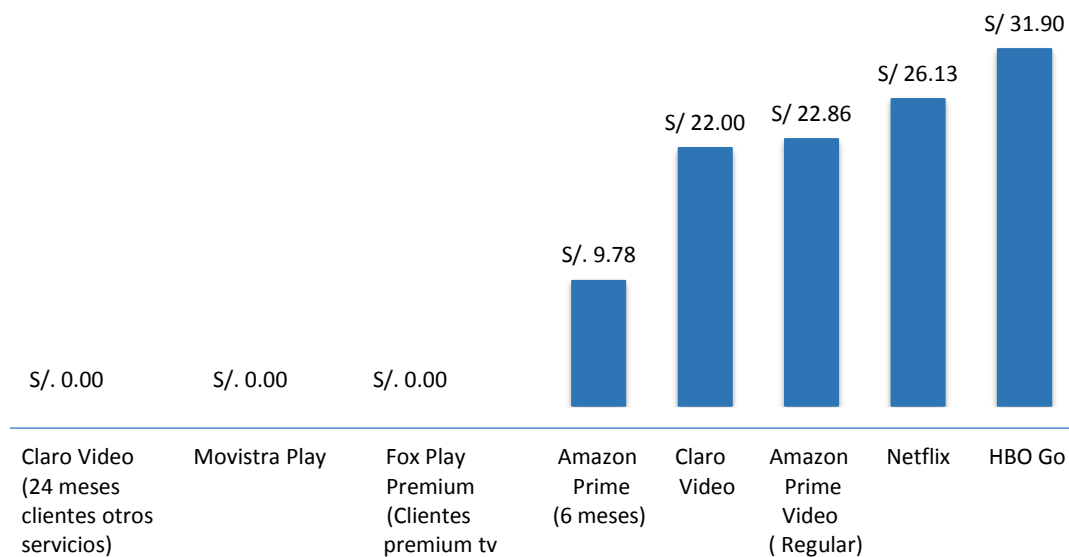


Figura 2. Costo mensual de servicios de video en streaming

Fuente: Salazar (2017), obtenido de <https://gadgerss.com/2017/08/12/le-ha-ido-netflix-frente-otras-plataformas-video-streaming-peru/>

De acuerdo a la ilustración anterior el costo mensual de Netflix es de 26.13.

b) Plataforma digital Spotify

Es un destacado entre los servicios de música en la nube más importante del planeta, con más de 20 millones de canciones, y también está en el Perú. La creación del nombre comienza cuando Daniel y Martin estaban en diferentes habitaciones gritando nombres concebibles para la organización, Martin gritó un nombre y Daniel pensó que escuchó "Spotify", Daniel buscó rápidamente en Google y no encontró resultados, y era una palabra única y en ese instante registraron la marca (Pérez, 2018, párr. 3-4).

Usuarios de Spotify en Perú

Hasta mayo 2018, Son 11 millones de peruanos los tienen una cuenta de Spotify (entre los 18 a 36 años aproximadamente). Sin embargo, solo el 15% de ellos son usuarios de una cuenta Premium. Así lo informó Claudia Osorio, representante de Spotify en Perú, durante el Lima Norte Digital Day 2018, organizado por el Instituto de Emprendedores USIL.

Por otro lado, según Revistaganamas (2018), Claudia Osorio, representante de Spotify en Perú, manifestó que hasta mayo 2018 son 11 millones de peruanos los que tienen una cuenta de Spotify (entre los 18 a 36 años aproximadamente), Sin embargo, solo el 15% de ellos son usuarios de una cuenta Premium.

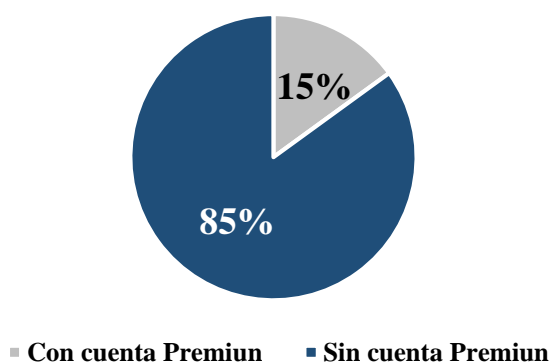


Figura 3. Porcentaje de Usuarios - Spotify

Fuente: Revistaganamas (2018), obtenido de <http://revistaganamas.com.pe/once-millones-de-peruanos-tienen-una-cuenta-en-spotify/>

Como se aprecia de los 11 millones de usuarios de Spotify, solo el 15% utilizan cuenta Premium (pagan por el servicio); es decir 1, 650,000 usuarios pagan por dicho el servicio brindado por Spotify en el Perú.

1.2.2.6 Potencial recaudación tributaria

La Comisión de Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) (2019), en su publicación anual denominada el panorama fiscal de América Latina y el Caribe recomendó a los países de la región gravar los servicios de plataformas digitales y presentó un informe sobre cuánto podrían recaudar.

En el informe se proporciona un cuadro que muestra una estimación de la recaudación que podría generarse por la aplicación del IVA y un impuesto sobre los servicios digitales del 3% en diez países de América Latina, considerando cuatro de las más importantes empresas digitales. El cálculo se basa en las estimaciones de ventas por empresa y país realizadas por Hernández y Albagli (2017).

Siguiendo las recomendaciones de la OCDE, se ha supuesto que el IVA se aplicaría sobre todos los servicios, mientras que el impuesto sobre los servicios digitales solo se

aplicaría sobre los servicios de intermediación de las plataformas multilaterales, en este caso Uber. Se estima una recaudación anual de 580 millones de dólares para el conjunto de países, de los cuales 572 millones de dólares provendrían del IVA y 8 millones de dólares del impuesto sobre los servicios digitales. Evidentemente, esta es una estimación conservadora, pues hay otras varias empresas relevantes que no han sido consideradas

En el caso de Perú, el informe de la Comisión de Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), indica que, gravando con IGV (18%) y un impuesto sobre los servicios digitales (3%) a Uber, Netflix, Spotify y Apple, el Perú podría recaudar alrededor de US\$ 35 millones, equivalentes a S/ 115 millones.

1.3. Definiciones Conceptuales

a) Recaudación tributaria

Consiste en el ejercicio de las funciones administrativas por parte de las entidades tributarias que se conducen al cobro de las deudas tributarias.

b) Incidencia tributaria

Comprende el estudio de los efectos que se producen por las reglas tributarias que establece el estado y que norman las actividades tributarias de los ciudadanos, a fin de garantizar el correcto funcionamiento del sistema tributario.

c) Servicios prestados a través de plataformas digitales prestados por no domiciliados

Comprende las prestaciones realizadas por empresas no domiciliadas con el objetivo de cubrir las necesidades de sus clientes usuarios de plataformas digitales, sin concretarse

en un bien material o digitalizado. Esta forma de prestaciones no hay contacto físico entre proveedor y usuario, ya que la transacción es por plataforma digital.

d) Regulación tributaria de los servicios prestados a través de plataformas digitales, cuyo usuario es una persona natural domiciliada.

Consiste en establecer los aspectos normativos sobre la tributación de los servicios prestados a través de plataformas digitales cuyo usuario es una persona natural domiciliada, a fin de establecer un orden frente a determinadas situaciones a fin de optimizar el funcionamiento de un sistema tributario.

e) Obligación Tributaria

Es el vínculo que se establece por ley entre el acreedor (el Estado) y el deudor tributario (las personas físicas o jurídicas) y cuyo objetivo es el cumplimiento de la prestación tributaria. Por tratarse de una obligación, puede ser exigida de manera coactiva.

f) Modelo de Tributación

Son los diferentes caminos que se deben seguir para asegurar la eficiencia y la equidad dentro de un régimen tributario.

g) Potencial de Contribuyentes usuarios

Son las personas que consumen los servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados, y que contribuirían con el estado reteniendo el impuesto general a las ventas e Impuesto a la Renta si es que estuvieran regulados por las normas tributarias.

h) Formalización de Empresas de servicios digitales

Es la acción por parte del estado para crear herramientas (padrones donde se inscriben) que permitan tener un registro y así controlar el aspecto tributario en el Perú de los sujetos no domiciliados que brindan servicios a través de plataformas digitales.

i) Retención del Impuesto General a las Ventas

Es el mecanismo a través del cual, los sujetos elegidos por la administración tributaria - SUNAT como Agentes de Retención tienen la obligación de retener parte del Impuesto General a las Ventas (IGV) que les corresponde pagar a sus proveedores, para su posterior entrega al fisco, según cronograma de cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

j) Retención del Impuesto a la Renta de No domiciliados

Régimen por el cual, los sujetos que paguen o acrediten a beneficiarios no domiciliados rentas de fuente peruana de cualquier naturaleza, deberán retener y abonar al fisco con carácter definitivo.

k) Entidades Financieras

Instituciones que realizan operaciones de intermediación financiera, las cuales pueden ser bancos, cajas de ahorros o cooperativas de crédito, es decir, intermediarios que gestionan y prestan dinero; o empresas financieras, un tipo distinto de intermediarios financieros que, sin ser bancos, ofrecen préstamos o facilidades de financiamiento en dinero.

l) Ingresos Tributarios

Son aquellos que se obtienen por la acción de recaudar los impuestos provenientes de las ganancias obtenidas y de la comercialización de bienes y servicios, por parte de la ciudadanía.

1.4. Operacionalización de las variables

Variables	Definición de la variable	Dimensión	Indicadores	Instrumento
V.D Recaudación Tributaria	Consiste en el ejercicio de las funciones administrativas por parte de las entidades tributarias que se conducen al cobro de las deudas tributarias.	Obligaciones formales	Y1: Formalización de empresas de servicios digitales	<ul style="list-style-type: none"> • Instrumento N° 01: Guía de Entrevista • Instrumento N° 02: Análisis Documental
		Ingresos tributarios	Y2: Efectividad de la tributación vía retención	
			Y3: Incremento de ingresos tributarios del IR empresarial e IGV	
V.I La regulación de los servicios prestados a través de plataformas digitales	Consiste en establecer los aspectos normativos sobre la tributación de los servicios prestados a través de plataformas digitales cuyo usuario es una persona natural domiciliada, a fin de optimizar el funcionamiento del sistema tributario.	Normatividad Tributaria Vigente del IR empresarial e IGV	X1: Identificación de obligaciones tributarias	<ul style="list-style-type: none"> • Instrumento N° 01: Guía de Entrevista • Instrumento N° 02: Análisis Documental
		Base tributaria	X2: Modelo de tributación	
			X3: Potencial de contribuyentes usuarios	

1.5. Hipótesis

Hipótesis General

Si los servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas estuvieran regulados por las normas tributarias, se obtendría una mayor recaudación tributaria.

Hipótesis Específicas

La identificación de las obligaciones tributarias por los servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas, permitiría la formalización de las empresas de servicios digitales.

Un modelo de tributación aplicado a los servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas, permitiría la efectividad del modelo de tributación vía retención.

La identificación de los potenciales contribuyentes usuarios de los servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas, permitiría el incremento de la recaudación tributaria del IR Empresarial e IGV.

Capítulo II. Métodos y Materiales

2.1. Tipo de Investigación

El presente estudio tiene un tipo de investigación aplicada, con un nivel de análisis descriptivo y explicativo con propuesta, pues busca investigar sobre la regulación tributaria y forma de tributación de los servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de empresas no domiciliadas a personas naturales domiciliadas y proponer un sistema de tributación efectiva.

2.2. Método de Investigación

La presente investigación cuenta con un método analítico – sintético, porque se va analizar el cumplimiento de las normas tributarias para poder comprobar los objetivos de la investigación y un método hermenéutico a fin de interpretar el alcance de las normas tributarias. Asimismo presenta un enfoque mixto, porque tiene un enfoque cualitativo ya que se va aplicar guías de entrevistas a especialistas, se va a realizar análisis documental de la normatividad y jurisprudencia tributaria en torno a las variables investigadas, y al mismo tiempo tiene un enfoque cuantitativo porque se va a medir el nivel de ingresos en el Impuesto a la Renta empresarial y el IGV que percibiría el estado si los servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas estuvieran reguladas por la normas tributarias.

2.3. Diseño de Contrastación

La presente investigación tiene un diseño de constratación no experimental, dado que no se manipula ninguna variable de la realidad solo se está haciendo un análisis de una realidad que ya existe, asimismo la investigación presenta un corte transversal.

2.4. Población, Muestra y Muestreo

Población

La población para esta investigación se encuentra en un rango de 6 - 25 son los especialistas que conocen el tema de investigación, es decir, los especialistas en tributación.

Muestra

Debido a la naturaleza de la investigación, se ha elegido por conveniencia un rango de 6 - 25 especialistas en tributación de no domiciliados, se observará las respuestas de los sujetos investigados hasta obtener el número suficiente de respuestas (saturación).

Es por ello que, para hallar la población, que son los profesionales que conocen el tema de investigación, es decir, los especialistas en tributación de servicios digitales se realizaran de la siguiente manera:

Tabla N° 1:

Población y muestra de la Investigación

Descripción	N°
Especialistas en tributación	6 ~ 25

Elaboración: Propia

Muestreo

En la presente investigación se va a emplear un muestreo no probabilístico por conveniencia.

2.5. Técnicas, Instrumentos, Equipos y Materiales de Recolección de Datos

Técnicas:

- **Entrevista:** Consiste en la construcción de preguntas que serán formuladas por el encuestador (autor de la investigación) al entrevistado (a especialistas en tributación, funcionarios de SUNAT y Miembros del Tribunal Fiscal), con lo cual se pueda observar y registran la posición de las unidades de análisis frente a las variables en estudio. Se realizaron preguntas vinculadas al tema de investigación.
- **Análisis documental:** Se revisó y analizo documentalmente las normas tributarias de la Ley del Impuesto a la renta e Impuesto General a las Ventas, resoluciones del Tribunal Fiscal e informes de Administración Tributaria y legislación tributaria de otros países.

Instrumentos:

En la presente investigación se utilizaron los siguientes Instrumentos:

- **Guía de entrevista:** La guía de entrevista permite establecer un vínculo directo entre quien elabora el estudio o investigación, y el agente de análisis, los profesionales que conocen el tema de investigación; al cual se le formulan una serie de preguntas, las cuales a su vez responden a la Operacionalización efectuada previamente a las variables en estudio. En la investigación se realizarán preguntas estructuradas de acuerdo a las dimensiones e indicadores abordados en la investigación. La guía de entrevista sirvió para formular preguntas a funcionarios de SUNAT, Miembros del Tribunal Fiscal y especialistas en tributación.

- **Ficha documental:** En la ficha de análisis documental se anotó la información acerca de la no regulación tributaria de los servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas.

2.6. Procesamiento y Análisis de Datos

a) Procedimientos para la recolección de datos

Para llevar a cabo la recolección de datos, y generar resultados de esta investigación será necesario seguir los procedimientos indicados a continuación:

1. Se elaborarán los instrumentos considerando cada una de las dimensiones e indicadores de las variables regulación tributaria y recaudación tributaria.
2. Se procederá a aplicar los instrumentos de recolección de datos a la muestra obtenida.
3. Se aplicarán los instrumentos a partir de la segunda semana después de haber elaborado el proyecto de tesis, se partirá entrevistando a 5 profesionales que conocen el tema de investigación, hasta llegar al punto de saturación.
4. Se resguardará la información obtenida de manera que no se alteren y se obtengan resultados neutrales.
5. Se procesará la información obtenida, efectuando la tabulación de las entrevistas aplicadas con la finalidad de crear porcentajes de coincidencia de estos resultados.
6. Se elaborarán las tablas y figuras de los resultados de la tabulación, para luego proceder a interpretarlos de acuerdo a los objetivos que persigue la investigación.

b) Análisis Estadístico de los datos

Debido a la naturaleza de la investigación la tabulación de la información obtenida a través de las guías de entrevista y la ficha documental se elaborará lo siguiente:

Guía de entrevista: Se realizará un cuadro de doble entrada que muestre un análisis resumido de las respuestas de los especialistas, el cual contendrá a:

- Las variables dependiente e independiente.
- La numeración de las preguntas formuladas en la guía de entrevista.
- El nombre de todos los especialistas que brindaron sus puntos de vista.
- El porcentaje de coincidencia de las respuestas.

Ficha Documental: se realizará un cuadro de doble entrada que:

- Muestre las variables dependiente e independiente.
- Describa que se menciona en los informes de SUNAT, las resoluciones del tribunal fiscal y la legislación de otros países respecto a la variable dependiente e independiente.

Capítulo III. Resultados

3.1. Análisis de resultados – Guía de entrevista a contadores y/o tributaristas

Variable dependiente: La recaudación tributaria en servicios digitales por parte de sujetos no domiciliados.

Empadronamiento de sujetos no domiciliados.

Hay un 83.3% de coincidencia en las respuestas de los especialistas en tributación, en relación a; Las empresas no domiciliadas que prestan servicios a través de plataformas digitales a personas naturales domiciliadas, deben estar inscritas en un padrón para su fácil identificación por parte de la administración tributaria (SUNAT), ver el detallado de los resultados en el anexo 01.

Por otra parte, para efectos de la gestión de recaudación tributaria en el país es importante contar con bases de datos o padrones de los contribuyentes potenciales o reales, en este caso este padrón sería de sujetos no domiciliados que prestan servicios a través de plataformas digitales a personas naturales domiciliadas. Al respecto tal como se observa en la figura N° 4, existe una serie de dificultad operativa y normativa para el empadronamiento de extranjeros, esta conclusión se realiza en base a entrevistas a especialistas del sector público vinculado a la gestión tributaria, así como de otros que están relacionados con consultorías especializadas en la materia. Sin embargo, también se plantean alternativas a esta dificultad las cuales están orientadas a establecer un ancla de información a través de los medios de pagos sugiriéndose como aliados a las entidades financieras domiciliadas en el país.

General	Detalle
<ul style="list-style-type: none"> • Dificultad • Alternativa 	<ul style="list-style-type: none"> • Dificultad operativa y normativa para realizar el empadronamiento de sujetos no domiciliados • Identificación mediante medios de pago (sistema financiero)

Figura 4. Empadronamiento de sujetos no domiciliados que prestan servicios digitales a personas naturales domiciliadas

Fuente: Elaboración propia en base a entrevista a especialistas

Costo de los contribuyentes usuarios de servicios digitales

Hay un 100% de coincidencia en las respuestas de los especialistas en tributación, en relación a: El gravar con impuestos a los servicios brindados a través de plataformas digitales representa un costo tanto para el usuario como para el prestador; en ese escenario los expertos coinciden en que al ser actividades de consumo y al ser el usuario del servicio el consumidor final, el único tributo que debería asumir es el impuesto general a las ventas. Distinto escenario se presenta con el prestador del servicio (sujeto no domiciliado), quien debería asumir la carga del impuesto renta (vía retención) al generar ingresos que califican renta fuente peruana, ver el detalle de los resultados en el anexo 01.

Contribuyente	Tributo Afecto
<ul style="list-style-type: none"> • Usuario del servicio digital (Persona natural no domiciliada) • Prestado del servicio digital (Sujeto no domiciliado) 	<ul style="list-style-type: none"> • Por ser el consumidor final le corresponde tributar con el impuesto general a las ventas • Al generar renta de fuente peruana le corresponde tributar por el impuesto a la renta

Figura 5. Costo de los contribuyentes por servicios digitales que prestan sujetos no domiciliados

Fuente: Elaboración propia en base a entrevista a especialistas

Efectiva tributación de los servicios digitales

Hay un 100% de coincidencia en las respuestas de los especialistas en tributación, en relación a: De acuerdo a la tendencia internacional en la forma como otros países están regulando este tipo de servicios y de acuerdo al contexto económico de nuestro país; las entidades del sistema financiero resultan fundamentales para lograr la efectiva tributación de los servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas. Pero el estado debe ofrecerles mecanismos viables a estas entidades y no perjudicar su normal operatividad, ver el detalle de los resultados en el anexo 01.

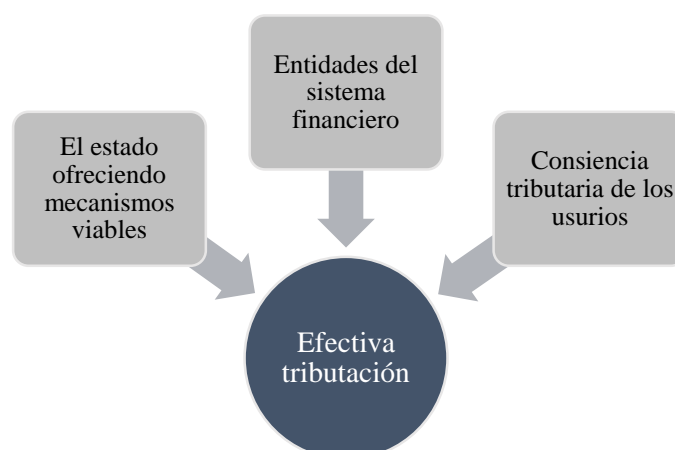


Figura 6. Efectiva tributación por servicios digitales que prestan sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas

Fuente: Elaboración propia en base a entrevista a especialistas

Ingresos tributarios en la tributación de los servicios digitales

Hay un 100% de coincidencia en las respuestas de los especialistas en tributación, en relación a: Hay estudios a nivel internacional que han cuantificado lo que podría obtener el estado peruano si se establece su regulación tributaria. Definitivamente hay una gran cantidad de personas naturales domiciliadas que consumen dichos servicios, por los cuales no se retiene impuesto a la renta al sujeto no domiciliado y tampoco se paga Impuesto general a las ventas por parte del usuario del servicio; por lo que al haber mecanismos para su tributación permitirá incrementar los ingresos tributarios. Esto es reforzado a través de los estudios realizados a nivel internacional que han cuantificado lo que podría obtener el estado peruano si dichos servicios estuvieran regulados tributariamente, ver el detalle de los resultados en el anexo 01.

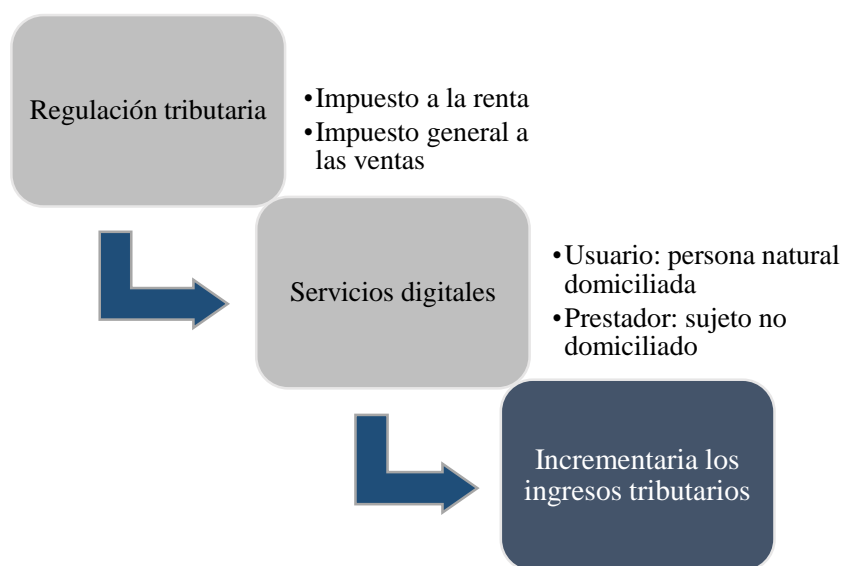


Figura 7. Ingresos tributarios por servicios digitales que prestan sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas

Fuente: Elaboración propia en base a entrevista a especialistas

Variable Independiente: La regulación tributaria en servicios digitales por parte de sujetos no domiciliados

Regulación tributaria del impuesto a la renta de los servicios digitales

Hay un 95% de coincidencia en las respuestas de los especialistas en tributación, en relación a: El desarrollo de los servicios digitales, su gran demanda y la falta de mecanismos regulatorios por parte del estado en respuesta a este tipo de servicios ha conllevado a que se dejen de recaudar ingresos. La normatividad vinculada al impuesto a la renta no tipifica como operación gravada a la utilización de servicios digitales prestados por sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas. Por lo que el estado debería actuar e implementar su regulación, ver el detalle de los resultados en el anexo 01.

Regulación Tributaria del impuesto a la renta	Servicios digitales de no domiciliados
Contribuyentes del impuesto	Solo por la renta de fuente peruana
Se considera renta de fuente peruana	Cuando el servicio se utilice económicamente, use o consuma en el país
El servicio se utilice económicamente, use o consuma en el país	Actividades de los que generan de rentas de tercera categoría, de los sujetos intermediarios y de las entidad del Sector Público Nacional.

Figura 8. Regulación tributaria del impuesto a la renta por servicios digitales a personas naturales domiciliadas

Fuente: Elaboración propia en base a entrevista a especialistas

Regulación tributaria del impuesto general a las ventas de los servicios digitales

Hay un 100% de coincidencia en las respuestas de los especialistas en tributación, en relación a: El desarrollo de los servicios digitales, su gran demanda y la falta de mecanismos regulatorios por parte del estado en respuesta a este tipo de servicios ha conllevado a que se dejen de recaudar ingresos. La normatividad vinculada al impuesto a general a las ventas no tipifica como operación gravada a la utilización de servicios digitales prestados por sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas, salvo que la persona natural sea habitual (sea oneroso y de carácter comercial) en este tipo de operaciones, ver el detalle de los resultados en el anexo 01.

Regulación Tributaria del impuesto general a las ventas	Servicios digitales de no domiciliados
Operación gravada	Utilización de servicios en el país, cuando lo presta un no domiciliado
El servicio es utilizado en el país cuando siendo prestado por un sujeto no domiciliado	Es consumido en el territorio nacional; <i>con independencia del lugar en que se pague, se perciba la contraprestación y lugar de celebración del contrato</i>
Contribuyentes del impuesto	Personas naturales entre otros que no realicen actividad empresarial, cuando realicen de manera habitual dicha operaciones
La habitualidad calificara en base a la naturaleza, características, monto, frecuencia, volumen y/o periodicidad	Servicios onerosos que sean similares con los de carácter comercial.

Figura 9. Regulación tributaria del Impuesto general a las ventas por servicios digitales a personas naturales domiciliadas

Fuente: Elaboración propia en base a entrevista a especialistas

Las entidades financieras como agentes de retención de los servicios digitales

Hay un 100% de coincidencia en las respuestas de los especialistas en tributación, en relación a: Los expertos coinciden en que la tendencia en la mayoría de países que vienen aplicando impuestos a este tipo de operaciones, es fijar en la ley del impuesto a la renta e impuesto general a las ventas, como agentes de retención a las entidades del sistema financiero, al ser el principal intermediario entre la persona natural domiciliada y la empresa no domiciliada, ver el detalle de los resultados en el anexo 01.

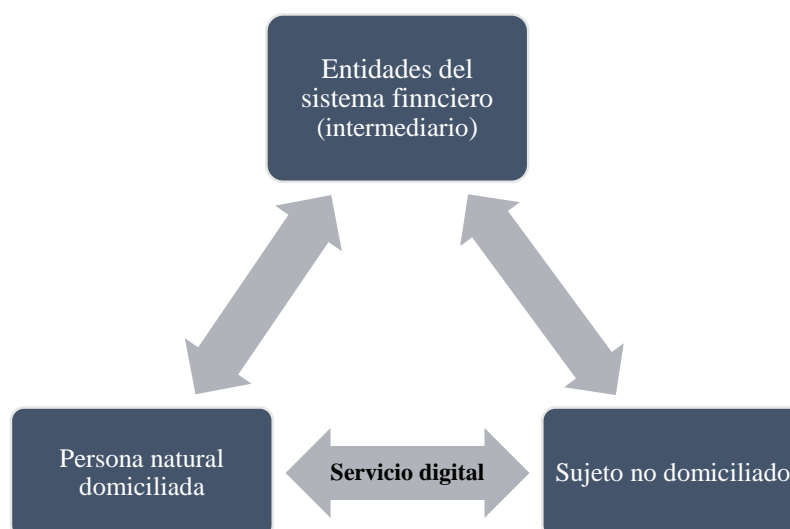


Figura 10. Entidades financieras como agentes de retención por servicios digitales a personas naturales domiciliadas

Fuente: Elaboración propia en base a entrevista a especialistas

Modelo de tributación vía retención de los servicios digitales

Hay un 100% de coincidencia en las respuestas de los especialistas en tributación, en relación a: En la medida que la Administración tributaria - SUNAT, no mejore sus sistemas tecnológicos que le permitan controlar este tipo de operaciones; el modelo de tributación vía retención resulta ser el más efectivo por los servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas acorde a la legislación vigente y la experiencia de otros sistemas tributarios internacionales, ver el detalle de los resultados en el anexo 01.

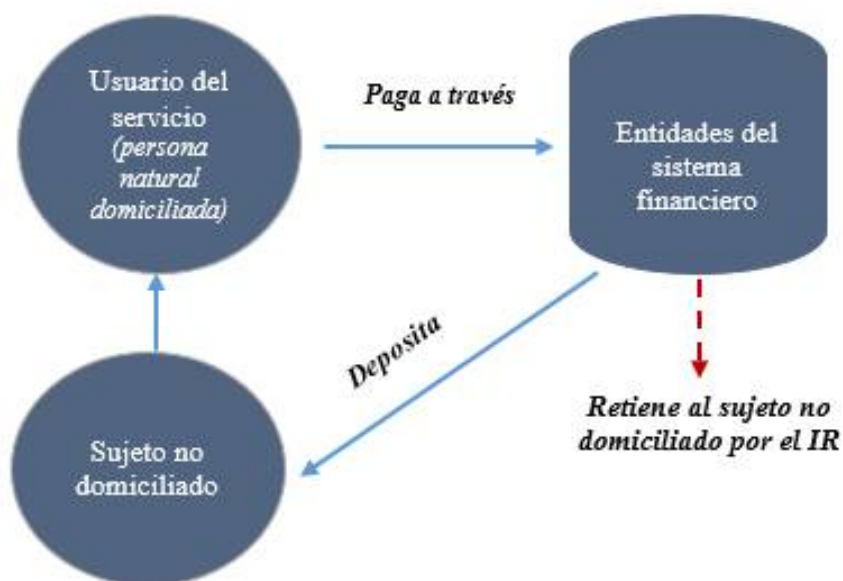


Figura 11. Modelo de tributación vía retención por servicios digitales a personas naturales domiciliadas

Fuente: Elaboración propia en base a entrevista a especialistas

Modelo de tributación vía retención de los servicios digitales

Hay un 100% de coincidencia en las respuestas de los especialistas en tributación, en relación a: En la medida que la Administración tributaria - SUNAT, no mejore sus sistemas tecnológicos que le permitan controlar este tipo de operaciones; el modelo de tributación vía retención resulta ser el más efectivo por los servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas acorde a la legislación vigente y la experiencia de otros sistemas tributarios internacionales, ver el detalle de los resultados en el anexo 01.

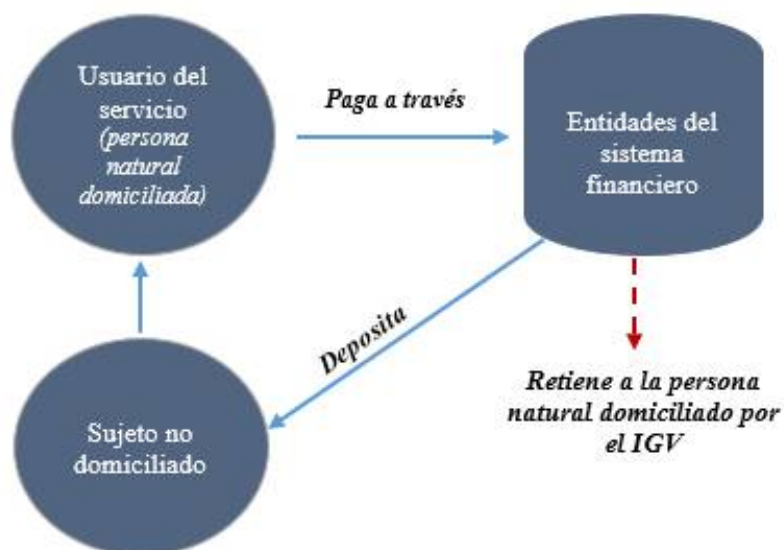


Figura 12. Modelo de tributación vía retención por servicios digitales a personas naturales domiciliadas

Fuente: Elaboración propia en base a entrevista a especialistas

Mecanismos de control en la retención de los servicios digitales

Hay un 95% de coincidencia en las respuestas de los especialistas en tributación, en relación a: La SUNAT tiene que organizar mejor sus plataformas digitales, invertir en equipos y tecnología, Así mismo se debe nombrar como agentes de retención a las entidades del sistema financiero, ver el detalle de los resultados en el anexo 01.

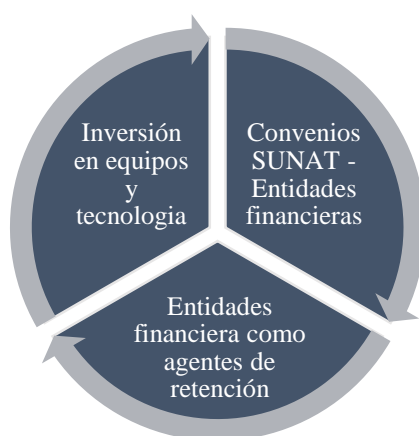


Figura 13. Mecanismos de control en la retención por servicios digitales a personas naturales domiciliadas

Fuente: Elaboración propia en base a entrevista a especialistas

Potenciales contribuyentes en los servicios digitales

Hay un 100% de coincidencia en las respuestas de los especialistas en tributación, en relación a: Los expertos coinciden en que, visto el gran consumo de estos servicios, y de acuerdo a los estudios realizados se evidencia que hay gran masa de potenciales contribuyentes; entre ellos los usuarios del servicio que pagarían el impuesto general a las ventas y los prestadores del servicio que pagarían por el impuesto a la renta, ver el detalle de los resultados en el anexo 01.

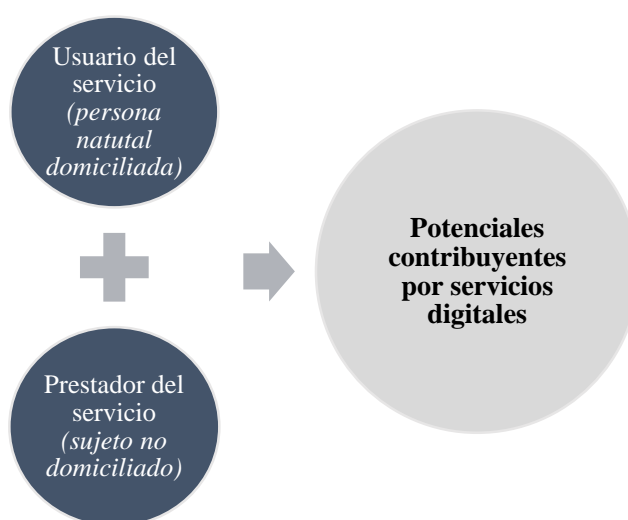


Figura 14. Potencial de contribuyentes por servicios digitales a personas naturales domiciliadas

Fuente: Elaboración propia en base a entrevista a especialistas

Sugerencias y recomendaciones en servicios digitales por parte de sujetos no domiciliados

Modelo de regulación tributaria en los servicios digitales

Los expertos coinciden que la regulación tributaria debe ser a través del modelo de retención por parte de las entidades financieras al ser en la actualidad el más efectivo.

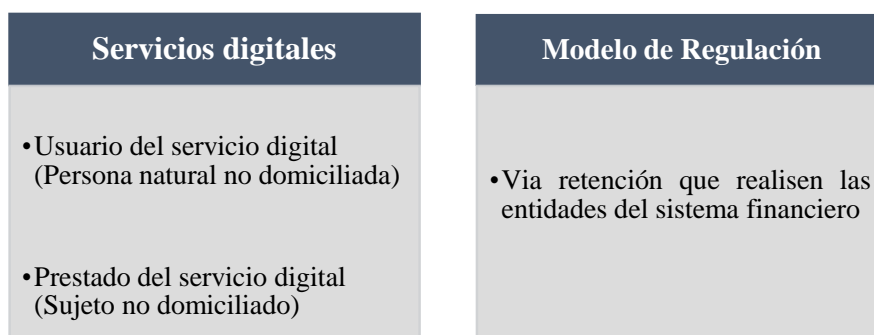


Figura 15. Modelo de regulación tributaria en los servicios digitales prestados a personas naturales domiciliadas

Fuente: Elaboración propia en base a entrevista a especialistas

Mecanismos operativos en los servicios digitales

La Sra. María Astrid Reynoso de Vargas, señala que se debería gravar a los consumidores finales (usuarios de los servicios) con el Impuesto selectivo al consumo a una tasa mínima (1% - 3%) visto que son actividades superfluas, en vez del impuesto general a las ventas, esto a través del modelo de retención.

El Sr. Leopoldo Carbonel Mendoza, señala que se debería gravar con impuesto general a las ventas, pero con la opción de un porcentaje de devolución por los servicios utilizados por el consumidor final.

Los expertos coinciden en que la emisión de certificados de retención en los pagos canalizados, la apertura de cuentas de control y la designación como agentes de retención a las entidades financieras constituye mecanismos para lograr la efectiva tributación de este tipo de servicios.

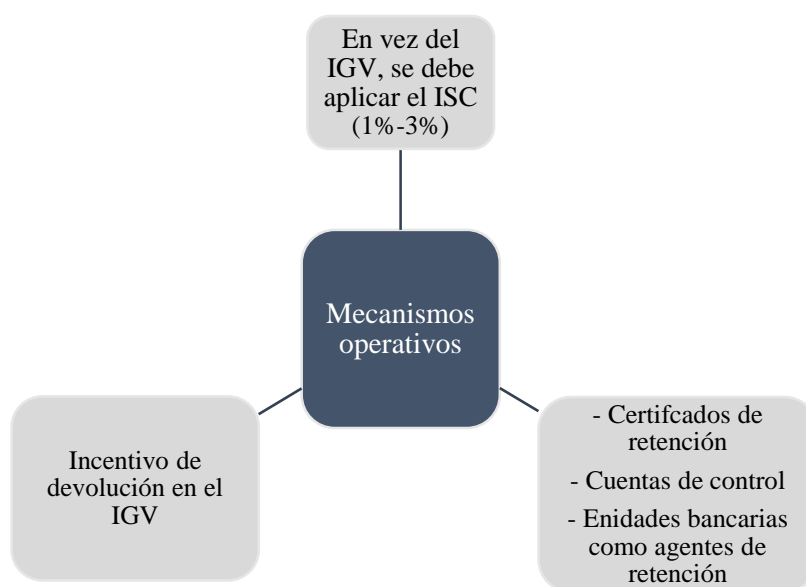


Figura 16. *Mecanismos operativos en servicios digitales prestados a personas naturales domiciliadas*

Fuente: Elaboración propia en base a entrevista a especialistas

3.2 Análisis de resultados – Normatividad Vigente

Normatividad del impuesto a la renta en los servicios digitales

La normativa tributaria del impuesto a la renta, señala que son contribuyentes del impuesto los sujetos no domiciliados solo por las rentas de fuente peruana, añade que se considera renta de fuente peruana las rentas obtenidas por servicios digitales prestados a través de internet o cualquier otro adaptador o medio equivalente; asimismo se establece como elemento fundamental para que el servicio digital prestado por un sujeto no domiciliado sea considerado como renta de fuente peruana es que el servicio se utilice económicamente en el país; revisando el reglamento se establece que el servicio digital se utiliza económicamente, se usa o se consume en el país, cuando ocurre cualquiera de los siguientes supuestos:

1. Sirve para el desarrollo de las actividades económicas de un contribuyente perceptor de rentas de tercera categoría o para el cumplimiento de los fines a que se refiere el inciso c) del primer párrafo del Artículo 18° de la Ley del IR (*las fundaciones legalmente establecidas cuyo instrumento de constitución comprenda exclusivamente alguno o varios de los siguientes fines: cultura, investigación superior, beneficencia, asistencia social y hospitalaria y beneficios sociales para los servidores de las empresa*), de una persona jurídica inafecta al impuesto, ambos domiciliados, con el propósito de generar ingresos gravados o no con el impuesto.
2. Sirve para el desarrollo de las actividades económicas de los sujetos intermediarios a los que se refiere el numeral 5) del inciso b) del Artículo 3° (*los corredores, comisionistas generales o representantes independientes, que realizan actividades en el país por cuenta de una empresa unipersonal, sociedad o entidad de cualquier naturaleza, constituida en el exterior*) con el propósito de generar ingresos gravados o no con el impuesto.
3. Sirve para el desarrollo de las funciones de cualquier entidad del Sector Público Nacional.

Visto lo supuestos se determina que los servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas no constituyen operaciones gravadas con el Impuesto a la renta.



Figura 17. Normatividad del Impuesto a la renta en servicios digitales prestados a personas naturales domiciliadas

Fuente: Elaboración propia en base a la normativa tributaria del IR

Normatividad del Impuesto general a las ventas en los servicios digitales

La normativa tributaria del impuesto general a las ventas señala como operación gravada la utilización de servicios en el país; agrega la norma que el servicio es utilizado en el país cuando siendo prestado por un sujeto no domiciliado es consumido o empleado en el territorio nacional con independencia del lugar en que se pague o se celebre el contrato; asimismo señala la norma que son sujetos del impuesto las personas naturales que no realizando actividad empresarial, realicen de manera habitual este tipo de operaciones (no aplica servicios); añade que la habitualidad se calificará en base a la naturaleza, características, monto, frecuencia, volumen y/o periodicidad de las operaciones.

Visto lo supuestos se determina que los servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas no constituyen operaciones gravadas con el Impuesto general a las ventas, en la medida que los usuarios finales no están contemplados como sujeto del impuesto por el servicio digital utilizado, además que el servicio utilizado no es oneroso y tampoco tiene carácter comercial, solo constituye un servicio para consumo personal.



Figura 18. Normatividad del impuesto general a las ventas en servicios digitales prestados a personas naturales domiciliadas

Fuente: Elaboración propia en base a la normativa tributaria del IGV

Capítulo IV. Discusión

Los resultados con respecto la identificación de obligaciones tributarias se observó que el 83.3% de las personas entrevistadas indicaron que las empresa que no están domiciliadas y que brindan servicios a través de plataformas digitales a personas naturales, no están siendo identificadas de forma eficiente por parte de la administración tributaria Sunat, con lo cual complica la formalización de estas organizaciones de servicios digitales, ya que no se cuenta con una base de datos o padrones y existe cierta difunta operativa y normativa para aplicar estas herramientas, con lo cual no se puede controlar ni conocer las actividades de los contribuyentes no domiciliados. Este resultado concuerda con lo encontrado por Cabrera (2017), quién encontró que la tributación indirecta, permite la identificación rápida de las obligaciones tributarias si la reforma tributaria es la acertada, ya esto permite de alguna forma la retención, que es la manera más sencilla de fiscalización y recaudo, pero siempre tienen que identificar qué tipo de pago corresponde a una transacción digital, además indicó que la obligación impuesto al no residente de registrar su plataforma electrónica e inscribirse con la autoridad tributaria es una herramienta válida.

Por otro lados con los resultados se pudo evidenciar que un modelo de tributación, de acuerdo al 100% de los entrevistados, resulta ser el más práctico y eficiente para los servicios brindados a través de formas digitales o virtuales, por parte de sujetos o entidades no domiciliadas a personas naturales, lo cual permitiría la efectividad del modelo de tributación vía retención, teniendo en cuenta siempre la legislación vigente y la utilización en contextos internacionales de este modelo, esto debido a que Sunat no mejora sus sistemas tecnológicos con lo cual se pueda controlar este tipo de acciones empresariales. De la misma forma. De la misma forma Irribarra (2017), manifestó que el comercio digital presenta actualmente diversas dificultades y desafíos, ya que no se identifican un modelo eficiente,

ya que de tenerlo implica que la carga tributaria, sea menos gravosa para los contribuyentes, y tal vez menos complejo y costoso de fiscalizar para las administraciones tributarias.

También los resultado en relación a la identificación de potenciales contribuyentes usuarios, se evidenció que el 100% de los especialistas entrevistados, que habiendo observado la gran magnitud del consumo de estos servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas, hay una enorme cantidad de potenciales contribuyentes, entre los cuales se tienen que los usuarios del servicio que pagarían el impuesto general a las ventas y los prestadores del servicio que pagarían por el impuesto a la renta, de tal forma permite el incremento de la recaudación tributaria en el IR empresarial e IGV. Fuertes (2017), indicó que los servicios por Internet prestados por no domiciliados inciden significativamente en el IGV y en el IR, por lo que es necesario establecer un mecanismo de control en los referidos servicios; los medios de pagos electrónicos influyen directamente en el aumento de consumidores finales de servicios por Internet de personas naturales.

Por último, se observó que en la actualidad las normas tributarias dirigidas a los servicios digitales prestados por sujetos no domiciliado, ya sean las normas del impuesto a la renta empresarial o el impuesto general a las ventas, no realizan la regulación de manera efectiva ya que estos sujetos no domiciliados no efectúan la forma adecuada de tributar los servicios prestados, ya que no han sido abordados por la normatividad tributaria generando vacíos tributarios. Además, se observó que, debido al potencial de contribuyentes de impuestos por dichos servicios, no permitirían que el estado aumente su recaudación tributaria, ya que, si estos servicios estuvieran regulados tributariamente, podría percibir aproximadamente un monto de S/101, 738,930, pero la no regulación de dichos servicios en sus normas tributarias, hace que gran parte de esa cantidad quede para los sujetos no

domiciliados. De la misma forma Iribarra (2017), indica que para resolver los problemas e recaudación ocasionados por el comercio digital, se debe proponer alternativas que en lo principal propendan a la simplificación real y reducción de costos y tiempo en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los agentes del comercio digital, como sería la implementación de normas o regímenes simplificados al comercio digital y Fuertes (2017), indicó que las tecnologías de la información permiten la emisión eficiente de comprobantes de pago en los servicios por Internet prestados por no domiciliados a personas naturales de Lima Metropolitana; y si los mecanismos de control de la Administración Tributaria son eficaces, entonces aumentará el cumplimiento del pago del Impuesto General a las Ventas en personas naturales.

Capítulo V. Propuesta

Decreto Legislativo que modifica la ley del Impuesto a la renta en los servicios por internet prestados por no domiciliados a personas naturales

Artículo 1.- Objeto

La presente ley tiene como objeto gravar con el impuesto a la renta el uso o explotación efectiva en el país que efectúen las personas naturales domiciliadas o no domiciliadas de plataformas digitales.

Artículo 2.- Ámbito de aplicación

La Ley del Impuesto a la Renta considera como renta de fuente peruana a:

- Las rentas internacionales.

Artículo 3.- Definición

Para efecto del Decreto Legislativo se entiende por Ley al Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto a la Renta, aprobado por Decreto Supremo N° 179-2004-EF.

Artículo 4. Modificación del artículo 48° de la Ley

Modifícase el artículo 48° de la Ley, conforme a los textos siguientes:

“Artículo 48.- (...)

h) Las actividades de producción, distribución e intermediación de películas cinematográficas, y otras transmisiones audiovisuales.

Comprende las rentas derivadas de la producción, distribución o intermediación de películas cinematográficas y de 'tapes', así como las derivadas de la realización de transmisiones directas de televisión y de transmisiones de cualquier contenido audiovisual, incluidas las realizadas a través de internet, plataformas tecnológicas, aplicaciones informáticas, u otros

medios similares, tales como acceso y descarga de películas, serán consideradas íntegramente renta de fuente peruana, siempre que el demandante se encuentre en el país.

h) Mediación e Intermediación realizadas a través de medio informático.

Comprende aquellas actividades que cumplan las siguientes condiciones:

- Que, por su naturaleza, estén básicamente automatizadas, requieran una intervención humana mínima, y que no tengan viabilidad al margen de la tecnología de la información, y
- Que impliquen la intervención, directa o indirecta, en la oferta o en la demanda de la prestación de servicios (operación principal).

Artículo 5.- Contribuyentes del impuesto

Personas naturales domiciliadas o no domiciliadas con dirección de facturación en el país o dirección de IP (Internet Protocol) del dispositivo ubicado en el país.

Cuando no se verifique al menos una de las circunstancias de localización dispuestas en el párrafo precedente, se presumirá, salvo prueba en contrario, que el demandante se encuentra en el país, cuando la contraprestación del servicio se efectúe a través de medios de pago electrónico administrados desde nuestro país, tales como instrumentos de dinero electrónico, tarjetas de crédito o débito, cuentas bancarias.

Responsable: los emisores de los medios de pago electrónicos utilizados por los usuarios de Plataformas digitales.

Artículo 6.- Operadores de retención

- a) Para las actividades de producción, distribución e intermediación de películas cinematográficas, y otras transmisiones audiovisuales (como los servicios de Netflix,

Spotify y similares), se consideran agentes de retención a los emisores de los medios de pago electrónicos utilizados por los usuarios de servicios digitales.

- b) Para las actividades Mediación e Intermediación realizadas a través de medio informático (como el caso de UBER y similares), se debe coordinar la forma de cumplimiento de las obligaciones de las empresas no domiciliadas (deber de colaboración), dado que la mayoría de los pagos de los clientes son en efectivo y los taxistas informales.

Artículo 7.- Base imponible y alícuota de la retención

- a) Para las actividades de producción, distribución e intermediación de películas cinematográficas, y otras transmisiones audiovisuales:

- Base imponible: El 100% del pago, ya que el servicio es prestado en el país.
- Alícuota de renta: 30%

- b) Para las actividades Mediación e Intermediación realizadas a través de medio informático:

- Base imponible: El 50% del pago, ya que el oferente se encuentra fuera del país.
- Alícuota de renta: 30%

Artículo 8° . - Oportunidad de la retención

El sujeto designado como operador de retención realizará la retención cuando se materialice el pago a través de los mecanismos de pagos electrónicos que administren las empresas del sistema financiero nacional.

Artículo 9° . - Comprobante de retención

En la situación de retención, el operador de retención emitirá una autenticación de retención electrónica, que debe tener los siguientes puntos:

1. Datos identificables del operador de retención:
 - a) Apellidos y nombres, categoría o nombre de la organización.
 - b) Número de RUC.
2. Nombre del archivo: "Certificado electrónico de retención".
 - a) Numeración: Serie y número correlativo.
 - b) Fecha de emisión.
3. Apellidos y nombres, categoría o nombre de la organización del proveedor.
4. Monto de abono.
5. Importe de retención
6. Descripción que indique "IR empresarial retenido por el uso de servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas".

Artículo 10°. - Declaración y entrega del operador en retención.

El operador de retención anunciará la suma total de las retenciones hechas en el período y realizará la cuota individual utilizando el sistema creado por la Administración Tributaria por resolución del superintendente. La presentación y la entrega se realizarán en el calendario confirmado por SUNAT para mantener los compromisos tributarios.

Artículo 11°. - Cuentas de control

El operador de retención abrirá en sus registros un registro llamado "IR empresarial retenido por el uso de servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas". En este registro, las retenciones hechas a proveedores no domiciliados se controlarán de mes a mes y las cuotas hechas a SUNAT serán verificadas.

Artículo 12°.- Vigencia y Validez

Esta Ley llegará a ser vigente a partir del día uno del próximo año en que se distribuya y publique.

**Ley que grava con el IGV a los servicios prestados a través de
Plataformas digitales por no domiciliados a personas naturales**

Artículo 1.- Objeto de la ley

La presente ley tiene como objeto gravar con el impuesto general a las ventas, por la utilización efectiva en el país que efectúen las personas naturales domiciliadas o no domiciliadas de servicios prestados a través de plataformas digitales.

Artículo 2.- Ámbito de uso

La utilización efectiva en el país de servicios prestados a través de plataformas digitales prestados por no domiciliados, como operación gravada con el Impuesto General a las Ventas.

Artículo 3.- Definición

El servicio prestado por un sujeto no domiciliado es utilizado en el país, cuando es consumido o empleado en el territorio nacional, independientemente del lugar en que se pague o se perciba la contraprestación y del lugar donde se celebre el contrato.

Asimismo, se consideran que el servicio prestado por un sujeto no domiciliado es utilizado en el país, cuando sean pagadas por una persona una persona natural a través de una empresa del sistema financiero nacional.

Artículo 4. Modificación del artículo 3° de la Ley

Modifícase el artículo 3° de la Ley del impuesto general a las ventas, conforme a los textos siguientes:

“Artículo 3.- (...)

El servicio digital es utilizado en el país, cuando siendo prestado por un sujeto no domiciliado, es consumido o empleado de manera efectiva en el territorio nacional, independientemente del lugar en que se pague o se perciba la contraprestación y del lugar donde se celebre el contrato.

Artículo 5.- Contribuyentes del impuesto

Personas naturales domiciliadas o no domiciliadas con dirección de facturación en el país o dirección de IP (Internet Protocol) del dispositivo ubicado en el país.

Cuando no se verifique al menos una de las circunstancias de localización dispuestas en el párrafo precedente, se presumirá, salvo prueba en contrario, que el demandante se encuentra en el país, cuando la contraprestación del servicio se efectúe a través de medios de pago electrónico administrados desde nuestro país, tales como instrumentos de dinero electrónico, tarjetas de crédito o débito, cuentas bancarias.

Responsable: los emisores de los medios de pago electrónicos utilizados por los usuarios de Plataformas digitales.

Artículo 6.- Operadores de retención

- a) Para las actividades de producción, distribución e intermediación de películas cinematográficas, y otras transmisiones audiovisuales (como los servicios de Netflix, Spotify y similares), se consideran agentes de retención a los emisores de los medios de pago electrónicos utilizados por los usuarios de servicios digitales.
- b) Para las actividades Mediación e Intermediación realizadas a través de medio informático (como el caso de UBER y similares), se debe coordinar la forma de cumplimiento de las obligaciones de las empresas no domiciliadas (deber de colaboración), dado que la mayoría de los pagos de los clientes son en efectivo y los taxistas informales.

Artículo 7.- Base imponible y alícuota de la retención

a) Para las actividades de producción, distribución e intermediación de películas cinematográficas, y otras transmisiones audiovisuales:

- Base imponible: El 100% del pago, ya que el servicio es prestado en el país.
- Alícuota de renta: 18%

b) Para las actividades Mediación e Intermediación realizadas a través de medio informático:

- Base imponible: El 50% del pago, ya que el oferente se encuentra fuera del país.
- Alícuota de renta: 18%

Artículo 8° . - Oportunidad de la retención

El sujeto designado como operador de retención realizará la retención cuando se materialice el pago a través de los mecanismos de pagos electrónicos que administren las empresas del sistema financiero nacional.

Artículo 9° . - Comprobante de retención

En la situación de retención, el operador de retención emitirá una autenticación de retención electrónica, que debe tener los siguientes puntos:

2. Datos identificables del operador de retención:
 - a) Apellidos y nombres, categoría o nombre de la organización.
 - b) Número de RUC.
2. Nombre del archivo: "Certificado electrónico de retención".
 - a) Numeración: Serie y número correlativo.

b) Fecha de emisión.

3. Apellidos y nombres, categoría o nombre de la organización del proveedor.

4. Monto de abono.

5. Importe de retención

6. Descripción que indique "IGV retenido por el uso de servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas".

Artículo 10°.- Declaración y abono de la retención.

El operador de retención declarar y abonara la suma total de las retenciones hechas en el período. Las declaraciones y abonos se realizarán de acuerdo al cronograma de vencimiento de las declaraciones mensuales.

Artículo 11°- Cuentas de control

El operador de retención abrirá en sus registros un registro llamado " IGV retenido por el uso de servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas". En este registro, las retenciones hechas a proveedores no domiciliados se controlarán de mes a mes y las cuotas hechas a SUNAT serán verificadas.

Artículo 12°.- Vigencia y Validez

Esta Ley llegará a ser vigente a partir del día uno del próximo mes en que se distribuya y publique.

Conclusiones

Después de analizar los resultados obtenidos, se obtuvo las siguientes conclusiones:

Se comprobó que si los sujetos no domiciliados que brindan servicio por plataformas digitales a personas naturales, identifican de forma adecuada sus obligaciones tributarias, permite la formalización de manera efectiva de estas organizaciones, pero lo que se halló fue algo distinto ya que ya que la entidad fiscalizadora (Sunat), no cuenta con un padrón para su fácil identificación, lo que genera que haya complejidad a la hora de querer aplicar la operatividad y normatividad para el control de actividades de empresas no domiciliadas.

Se halló que un modelo de tributación sería la vía retención más conveniente y efectiva para los servicios digitales brindado por sujetos no domiciliados, teniendo en cuenta la legislación actual y la experiencia del modelo aplicado en otros países, pero en la actualidad peruana se ha evidenciado que la entidad que se encargaría de efectuar el modelo (Sunat), no tiene plataformas digitales adecuadas, además no tiene sistemas tecnológicos que permitan el control de las operaciones de estas empresas no domiciliadas.

Se afirmó que la identificación de los contribuyentes potenciales de los servicios de plataformas digitales, permite el incremento de la recaudación tributaria en el IR empresarial e IGV, pero se ha observado que hay gran masa de potenciales contribuyentes; entre ellos los usuarios del servicio que pagarían el impuesto general a las ventas y los prestadores del servicio que pagarían por el impuesto a la renta, visto el gran consumo de estos servicios.

Finalmente se determinó que si los servicios digitales brindados por sujetos no domiciliados, estuvieran reguladas por las normas tributarias, podría percibir aproximadamente un monto de S/101, 738,930, 00 ya que la potencial recaudación que si se

grava con un IGV del 18% y un IR sobre los servicios digitales (3%) se tendría un equivalente a S/ 115 millones, trayendo como resultado una mayor recaudación tributaria.

Recomendaciones

A la entidad reguladora (Sunat), se le recomienda tener un padrón con los prestadores de servicios no domiciliados, esto mediante convenios con entidades del sistema financiero, ya que por medios de estas organizaciones se realizan los pagos a los no domiciliados, pero la entidad debe ofrecerles mecanismos viables a estas entidades y no perjudicar su normal operatividad, esto permitirá una efectiva identificación y también una vez inscritas se podrá regularizarlas con las normas tributarias y se lograría la formalización de estas empresas de servicios digitales.

A Sunat se le recomienda, aplicar un modelo de tributación, esto se puede realizar mediante una mejor sus plataformas digitales, invertir en equipos y tecnología, además tiene nombrar como agentes de retención a las entidades del sistema financiero, esto permitirá controlar las operaciones de los sujetos no domiciliados, con lo aumentaría la capacidad de retención de los servicios ofrecidos por los mismos.

Al mismo ente fiscalizador, se recomienda realizar la identificación de los potenciales contribuyentes, mediante la información que puede brindar los convenidos con todas las entidades financieras posibles, con ello se podrá hacer un listado que permitirá que el recaudo fiscal tanto del impuesto general a las ventas como de la renta incremental de forma exponencial, ya que son muchos millones de soles que se dejan de percibir.

Se recomienda tanto a la entidad como a los mismos contribuyentes, que se regulen las compras de servicios digitales por empresas no domiciliadas, esto se puede mediante la implementación de una normatividad exclusiva para este tipo de operaciones y para el caso de los contribuyentes exigir un comprobante de venta donde se incluya el monto del IGV,

esto permitirá tener una mayor recaudación tributaria, la cual es beneficiosa para el estado y para el contribuyente ya que tiene beneficios para la sociedad y su calidad de vida.

Referencias bibliográficas

- Acuña Alegra, C., Huamán Vilchez, L., & Taddey Garcia, C. (2015). Caso Netflix: Planeamiento Estratégico 2015-2019. *Magister en Administración*. Universidad del Pacífico, Lima. doi:<http://repositorio.up.edu.pe/handle/11354/1076>
- Alva Matteucci, M. (2011). ¿cuándo se configura un servicio digital? *Actualidad Empresarial*(233), 3.
doi:<https://studylib.es/doc/6729393/%C2%BFcu%C3%A1ndo-se-configura-un-servicio-digital%3F>
- Andina Agencia Peruana de negocios. (15 de Octubre de 2018). *Andina.pe*. Obtenido de <https://andina.pe/agencia/noticia-sunat-ingresos-tributarios-crecen-143-setiembre-del-2018-728633.aspx>
- Barrantes Cáceres, R. (2018). Teoría de la Regulación. *Teoría de la Regulación*. Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima.
doi:<http://files.pucp.edu.pe/departamento/economia/ME004.pdf>
- Bernal Rojas, J. A. (2015). Operaciones con personas jurídicas no domiciliadas. *Actualidad empresarial*(340), 1. doi:<https://studylib.es/doc/4838383/i-operaciones-con-personas-jur%C3%ADdicas-no-domiciliadas>
- Cabrera Cabrera, O. S. (2017). Aspectos tributarios de las plataformas digitales en Colombia: actualidad y retos. *Revista de Derecho Fiscal*, 17.
doi:<https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/fiscal/article/view/4969/5958>
- Cehis. (22 de Enero de 2017). *¿Qué es y para qué sirve el streaming?* Obtenido de Cehis.net.: <http://cehis.net/sitio/ayuda-video-streaming/asistencia-y-soporte/base-de-conocimiento-faq/ayuda-video-streaming/que-es-y-para-que-sirve-el-streaming>

- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2019). *Panorama Fiscal de América Latina y el Caribe*. Santiago: LC/PUB.2019/8-P. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44516/1/S1900075_es.pdf
- Cores Ferradas, R. (11 de setiembre de 2018). *¿Está el Perú preparado para la regulación tributaria de empresas digitales?* Obtenido de Perspectivas EY Perú: <https://perspectivasperu.ey.com/2018/09/11/regulacion-tributaria-de-empresas-digitales/>
- Correa B, R. (11 de Noviembre de 2017). Uber Perú: “El mercado de transporte de aplicaciones hace más de un millón de viajes a la semana”. *La gestión*. doi:<https://gestion.pe/economia/empresas/uber-peru-mercado-transporte-aplicaciones-millon-viajes-semana-150669>
- Da Silva, M. (17 de Octubre de 2018). Forma de tributación para las plataformas como Netflix. *El Pais*. doi:<https://negocios.elpais.com.uy/noticias/uruguay-dispuso-novedosa-forma-tributacion-plataformas-netflix.html>
- Fuertes Paucar, P. F. (2017). Servicios por internet prestados por no domiciliados y su incidencia en el impuesto general a las ventas en personas naturales de Lima Metropolitana, 2012-2016. *Maestra en contabilidad y finanzas con mención en gestión tributaria, empresarial y fiscal*. Universidad San Martín de Porres, Lima. doi:http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/2808/1/fuertes_ppf.pdf
- Gonzales Alarcón, A., & Villalobos Diaz, F. (22 de Junio de 2018). Impuesto a la economía digital: Expertos valoran la medida, pero advierten costos para el usuario. *Emol*. doi:<https://www.emol.com/noticias/Economia/2018/06/22/910737/Expertos-tributarios-analizan-impuestos-a-plataformas-digitales-en-Chile.html>

Heredia Ruiz, V. (2017). Revolución Netflix: desafíos para la industria audiovisual.

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación(135), 12.

doi:https://www.researchgate.net/publication/319872716_Revolucion_Netflix_desafios_para_la_industria_audiovisual

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (25 de junio de 2018). *Población del Perú totalizó 31 millones 237 mil 385 personas al 2017*. Obtenido de

<https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/poblacion-del-peru-totalizo-31-millones-237-mil-385-personas-al-2017-10817/>

International Fiscal Association. (16-17 de Noviembre de 2016). *La tributación de las plataformas digitales*. Obtenido de

<http://ifacolombia.com/sites/default/files/2.%20La%20tributaci%C3%B3n%20de%20las%20plataformas%20digitales%20en%20Colombia.pdf>

Irribarra, E. (2017). La equidad tributaria en el comercio digital según la OCDE, y sus

desafíos para la recaudación fiscal. *Departamento Control de Gestión y Sistemas de Información – FEN UChile*, 30. doi:<https://core.ac.uk/download/pdf/132237805.pdf>

Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2012). *Sistemas de Información Gerencial*. Mexico:

Pearson Educación de México, S.A.

doi:<https://juanantonioleonlopez.files.wordpress.com/2017/08/sistemas-de-informacic3b3n-gerencial-12va-edicic3b3n-kenneth-c-laudon.pdf>

Laudon, K., & Guercio, C. (2010). *E-Commerce: business, technology, society* (4ta ed.).

México. Obtenido de

<http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xix/docs/10.05.pdf>

Miranda Avalos, S. J. (01 de Junio de 2018). Servicios digitales y su aplicación tributaria

con una reglamentación no acorde con nuestra realidad actual en el mundo de la era

digital. *legis.pe*. doi:<https://legis.pe/servicios-digitales-aplicacion-tributaria-reglamentacion-no-acorde-nuestra-realidad-actual/>

Morillo Jimenez, M. (Febrero de 2018). La utilización de servicios: el IGV de no domiciliados. *Actualidad empresarial*(296), 3.

doi:<https://es.scribd.com/document/335149957/1-16047-71610-Igv-No-Domicilio>

Nieto Melgarejo, P. (2011). *Nociones Generales sobre el Comercio Electronico*.

doi:https://www.academia.edu/8042910/NOCIONES_GENERALES SOBRE_EL_COMERCIO_ELECTR%C3%93NICO

OCDE. (2014). *Proyecto OCDE/G20 de Erosión de la Base Imponible y Traslado de Beneficios: Cómo abordar los desafíos fiscales de la Economía Digital*. OCDE.

Obtenido de <https://www.oecd.org/ctp/Action-1-Digital-Economy-ESP-Preliminary-version.pdf>

Palomino, G. M. (2018). La obligación tributaria. *Revista Praxis de la Justicia Fiscal y Administrativa*, 5-6. Obtenido de

http://cesmdfa.tfja.gob.mx/investigaciones/pdf/r24_trabajo-10.pdf

Pearson, M. (2004). *Economía*. Mexico: Pearson educación. Obtenido de

<https://bit.ly/2XW526T>

Pérez Reyes, J. (01 de Marzo de 2018). *Qué es y como se usa Spotify*. Obtenido de

Emarket Perú: <https://emarket.pe/blog/que-es-y-como-se-usa-spotify/>

Pozueco Alvarez, L. (2014). *Diseño y evaluación de sistemas de estimación de ancho de banda disponible para servicios adaptativos de video streaming*. Madrid:

Universidad Nacional de Educación a Distancia (España). doi:[http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/tesisuned:IngInd-](http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/tesisuned:IngInd-Lpozueco/POZUECO_ALVAREZ_Laura_Tesis.pdf)

[Lpozueco/POZUECO_ALVAREZ_Laura_Tesis.pdf](http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/tesisuned:IngInd-Lpozueco/POZUECO_ALVAREZ_Laura_Tesis.pdf)

Reglamento de la Ley del Impuesto a la Renta. (21 de Setiembre de 1994). Diario Oficial el Peruano. *Decreto Supremo N° 122-94-EF*. Perú.

doi:<http://www.sunat.gob.pe/legislacion/renta/regla/>

Reglamento de la Ley del Impuesto General a las Ventas e Impuesto selectivo al Consumo. (29 de Marzo de 1994). Diario Oficial el Peruano. *Decreto Supremo N° 29-94-EF*.

Perú. doi:<http://www.sunat.gob.pe/legislacion/igv/regla/>

Revistaganamas.com.pe. (30 de Mayo de 2018). Once millones de peruanos tienen una cuenta en Spotify. *Revista ganamas*. Obtenido de

<http://revistaganamas.com.pe/once-millones-de-peruanos-tienen-una-cuenta-en-spotify/>

Salazar, E. (12 de Agosto de 2017). *¿Cómo le ha ido a Netflix frente a otras plataformas de video en streaming en el Perú?* Obtenido de Gadgerss:

<https://gadgerss.com/2017/08/12/le-ha-ido-netflix-frente-otras-plataformas-video-streaming-peru/>

Tapazco, G. (02 de Junio de 2016). Las plataformas digitales y los tributos. *Diario Occidente*. doi:<https://occidente.co/area-legal/las-plataformas-digitales-y-los-tributos/>

Texto Unico Ordenado de la Ley del Impuesto a la Renta. (8 de Diciembre de 2004).

Diario Oficial el Peruano. *Decreto Supremo N° 179-2004-EF*. Perú.

doi:<http://www.sunat.gob.pe/legislacion/renta/ley/fdetalle.htm>

Texto Unico Ordenado de la Ley del Impuesto General a las ventas e Impuesto Selectivo al Consumo. (15 de Abril de 1999). Diario Oficial El peruano. *Decreto Supremo N° 055-99-EF*. Perú. doi:<http://www.sunat.gob.pe/legislacion/igv/ley/>

Anexos

Anexo N° 1: Datos Básicos del Problema

Título: Regulación de servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas y su incidencia en la recaudación tributaria, año 2018.

Autor: Cesar Augusto Pintado Castillo

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGIA
Problema General	Objetivo General	Hipótesis General				
¿Cómo la falta de regulación tributaria de los servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas, incide en la recaudación tributaria?	Determinar de qué manera la falta de regulación tributaria de los servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas incide en la recaudación tributaria.	Si los servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas estuvieran reguladas por las normas tributarias, se obtendría una mayor recaudación tributaria.	V.D. Y: Recaudación Tributaria	Obligaciones formales Ingresos tributarios	Y1. Formalización de empresas de servicios digitales Y2. Efectividad de la tributación vía retención Y3. Incremento de la recaudación tributaria del IR empresarial e IGV	<ul style="list-style-type: none"> •Tipo: Investigación Aplicada., con un nivel descriptivo- explicativo con propuesta • Método: Analítico – sintético, y el Hermenéutico a fin de interpretar el alcance de las normas tributarias. Asimismo, tienen un enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo). • Diseño de constratación: No experimental, con corte transversal
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas			Indicadores	Fuente de Información
¿De qué manera la identificación de las obligaciones tributarias por los servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas, determina el grado de formalización de empresas de servicios digitales?	Determinar si la falta de identificación de las obligaciones tributarias por los servicios prestados a través de plataformas digitales determina el grado de formalización de empresas de servicios digitales.	La identificación de las obligaciones tributarias por los servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas, permitiría la formalización de las empresas de servicios digitales.	V.I. X: Regulación de servicios prestados a través de plataformas digitales	Normatividad tributaria vigente del IR empresarial e IGV Base tributaria	X1. Identificación de obligaciones tributarias	<ul style="list-style-type: none"> •Población: Especialista en tributación de no domiciliados •Muestra: Por conveniencia (6 ~ 25 Especialistas en tributación de no domiciliados) •Muestreo: No probabilístico por conveniencia

Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas				
¿Cuál debería ser el modelo de tributación aplicado a los servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas, que permita la efectiva tributación?	Identificar el modelo de tributación aplicado a los servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas que permita la efectiva tributación.	Un modelo de tributación aplicado a los servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas, permitiría la efectividad del modelo de tributación vía retención.			X3. Modelo de tributación	<ul style="list-style-type: none"> ● Técnica N° 01: Entrevista a especialistas en tributación, funcionarios de SUNAT y Miembros del Tribunal Fiscal. ● Instrumento N° 01: Guía de Entrevista a especialistas en tributación, funcionarios de SUNAT y Miembros del Tribunal Fiscal.
¿De qué manera la falta identificación de potenciales contribuyentes usuarios de los servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas determina el incremento de la recaudación tributaria en el IR empresarial e IGV?	Determinar de qué manera la falta identificación de potenciales contribuyentes usuarios de los servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas determina el incremento de la recaudación tributaria en el IR empresarial e IGV.	La identificación de los potenciales contribuyentes usuarios de los servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas, permitiría el incremento de la recaudación tributaria en el IR empresarial e IGV.			X2. Potencial de contribuyentes usuarios	<ul style="list-style-type: none"> ●. Técnica N° 02: Análisis documental ● Instrumento N° 02: Ficha documental

Anexo N° 2: Instrumento de Recolección de Datos

GUIA DE ENTREVISTA N° 01:

La presente entrevista realizada a especialistas en tributación tiene como objetivo principal obtener información tributaria de los servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliados, la misma que se enmarca dentro de la investigación académica para lograr el grado de maestría en Tributación, se le agradece su colaboración.

Apellidos y Nombres:

Centro Laboral:

Cargo:

Fecha:

INSTRUCCIONES:

Por favor responda cada una de las siguientes preguntas:

I. Variable Dependiente: Recaudación tributaria

- 1. ¿Considera usted que las empresas no domiciliadas que prestan servicios a través de plataformas digitales a personas naturales domiciliadas, deben estar inscritas en un padrón para su fácil identificación por parte de la administración tributaria (SUNAT)?**

.....

.....

.....

.....
.....

2. Según su experiencia: ¿Considera usted que al gravar con impuestos por los servicios prestados a través de plataformas digitales, originaria que dicho costo sea trasladado a los contribuyentes usuarios, a través de un mayor pago de tarifa?

.....
.....
.....
.....
.....

3. Según su análisis: ¿Considera usted que las entidades financieras son fundamentales para lograr la efectiva tributación vía retención de los impuestos, por los pagos que realizan personas naturales por los servicios por Internet prestados por no domiciliados?

.....
.....
.....
.....
.....

4. **¿Considera usted que si se establece un mecanismo de tributación a las empresas no domiciliadas que prestan servicios a través de plataformas digitales a personas naturales domiciliadas, incrementaría los Ingresos tributarios del Impuesto a la renta e Impuesto general a las ventas?**

.....

.....

.....

.....

.....

II. Variable Independiente: Regulación de servicios prestados a través de plataformas digitales

1. **¿Conoce usted si los servicios prestados a través de plataformas digitales (como los que ofrecen Netflix, Spotify, Uber, entre otros), por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas, están gravados con el impuesto a la renta empresarial?**

.....

.....

.....

.....

.....

2. **¿Conoce usted si los servicios prestados a través de plataformas digitales (como los que ofrecen Netflix, Spotify, Uber, entre otros), por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas, están gravados con el impuesto general a las ventas?**

.....

.....

.....

.....

.....

3. **¿Considera usted que se debe fijar en la ley del impuesto a la renta e impuesto general a las ventas, como agentes de retención a las entidades financieras, al ser el principal intermediario entre la persona natural domiciliada y la empresa no domiciliada?**

.....

.....

.....

.....

.....

4. **Según su análisis: ¿Considera usted que el modelo de tributación “vía retención” del impuesto a la renta, por los servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas, es el modelo más efectivo acorde a la legislación vigente y la experiencia de otros sistemas tributarios internacionales?**

.....

.....

.....

.....

.....

- 5. Según su análisis: ¿Considera usted que el modelo de tributación “vía retención”, del impuesto general a las ventas a las personas naturales domiciliadas, por utilizar en el país servicios de empresas no domiciliadas a través de plataformas digitales, es el modelo más efectivo acorde a la legislación vigente y la experiencia de otros sistemas tributarios internacionales?**

.....

.....

.....

.....

.....

- 6. ¿Según su experiencia que mecanismos de control se deben establecer para que se cumpla con la retención del impuesto a la renta e impuesto general a las ventas a los sujetos no domiciliados por los servicios que presten a través de plataformas digitales a personas naturales domiciliadas (usuario del servicio)?**

.....

.....

.....

.....

.....

7. **¿Considera usted que los usuarios (personas naturales domiciliadas) de servicios prestados a través de plataformas digitales como los que ofrecen Netflix, Spotify, Uber, entre otros, constituyen un porcentaje significativo de potenciales contribuyentes?**

.....

.....

.....

.....

.....

III. Sugerencias y Recomendaciones

Según su opinión como debería ser el modelo de regulación tributaria y los mecanismos operativos que deben implementarse por parte de la Administración Tributaria (SUNAT), para hacer efectiva la tributación por los servicios prestados a través de plataformas digitales a personas naturales domiciliadas:

- a) Modelo de regulación tributaria (Vía retención por parte de las entidades financieras, Otros).**

.....

.....

.....

.....

.....

b) Mecanismos Operativos (Implementación de padrones de identificación, certificado de retenciones, etc.).

.....

.....

.....

.....

.....

FICHA DOCUMENTAL N° 01:

Objetivo: Determinar en base a la normatividad y jurisprudencia tributaria la falta de regulación tributaria en los servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas.

Criterios de análisis:

- Existencia de la falta de regulación tributaria en los servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas

Fuentes de Información primarias utilizadas:

- Analizar la Ley del impuesto a la renta, Reglamento de la Ley del impuesto a la renta, Ley del impuesto general a las ventas y el reglamento de la ley del IGV.
- Identificar y analizar la Resolución del Tribunal Fiscal N° 05459-8-2018, así como otros criterios vinculantes en relación a los servicios digitales prestados por sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas.
- Identificar y analizar el informe de SUNAT N° 018-2008-SUNAT/2B0000, informe de SUNAT N° 002-2019-SUNAT/7T0000, así como la existencia de Informes de la SUNAT como criterios vinculantes en relación a los servicios digitales prestados por sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas.

Anexo N° 3: Formato de Tabulación de Datos

GUIA DE ENTREVISTA

1. INFORMACION GENERAL:

- | | |
|--------------------------------------|--|
| 1.1. Título de la investigación | : Regulación de servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas y su incidencia en la recaudación tributaria, año 2018. |
| 1.2. Nombre del instrumento Tabulado | : Guía de entrevista |
| 1.3. Autor del cuadro de tabulación | : Cesar Augusto Pintado Castillo |

2. ASPECTOS A TABULAR:

Se partirá por mostrar en el cuadro de tabulación las respuestas brindadas por los especialistas en tributación de no domiciliados, que se obtuvo en las guías de entrevista a fin de poder determinar el porcentaje de coincidencia.

Nombres y Apellidos	Richard Agapito Custodio	María Astrid Reynoso de Vargas	Luis Oswaldo Sánchez Villacorta	Leopoldo Carbonel Mendoza	Javier Augusto Bancayan Elera	Oscar Orlando Piscoya Chuman	% de Coincidencia
DNI	42594154	16671770	16763604	16418865	16785137	40561720	
Centro Laboral	Independiente	Estudio Reynoso	Socio de FAS consulting	SUNAT	Cámara de comercio de Lambayeque	Estudio Tributario Sánchez	
Cargo	Consultor tributario	Gerente	Especialista en tributación	Jefe de la división de Auditoria	Asociado especialista	Gerente	
Variable dependiente: Y. Recaudación tributaria							
1. ¿Considera usted que las empresas no domiciliadas que prestan servicios a través de plataformas digitales a personas naturales domiciliadas, deben estar inscritas en un padrón para su fácil identificación por parte de la administración tributaria (SUNAT)?	Sería de gran ayuda empadronarlas, pero es complicado que la SUNAT lo realiza por sí sola, más viable sería identificar las operaciones a través de los pagos que se realizan por dichos servicios en el sistema financiero.	Poder empadronar es un poco difícil, la tendencia es firmar convenios con los operadores de tarjetas de créditos.	Es complejo que se empadronen a este tipo de empresas. Lo más aconsejable sería hacer alianzas con las empresas del sistema financiero a efectos de poder identificar la operación.	Es un poco difícil que la administración pueda empadronar a todos los sujetos no domiciliados prestadores de servicios digitales, pero un gran mecanismo de control serían las empresas del sistema financiero.	Sería lo ideal el empadronamiento, pero complicado de lograr, por ello la tendencia es que se mapee estas operaciones por medio de las entidades bancarias quien son las canalizadoras de los pagos.	Representa una medida difícil de lograr, lo más factible para controlar este tipo de servicios sería a través de las entidades bancarias	83.3%
2. ¿Según su experiencia: ¿Considera usted que al gravar con impuestos por los servicios prestados a través de plataformas digitales, originaria que dicho costo sea trasladado a los contribuyentes usuarios, a través de un mayor pago de tarifa?	La tendencia internacional es que estos servicios paguen impuestos IR (por el sujeto no domiciliado) e IGV (por el consumidor final)	Al ser actividades de consumo y al ser el usuario del servicio el consumidor final, tendría que asumir el pago del IGV. En el caso del impuesto a la renta quien asume el pago del impuesto es sujeto no domiciliado.	El único impuesto que asumiría el consumidor usuario sería el IGV, ya que el IR lo paga el no domiciliado.	Al ser actividades de consumo y al ser el usuario del servicio el consumidor final, tendría que asumir el pago del IGV. En el caso del impuesto a la renta quien asume el pago del impuesto es sujeto no domiciliado.	El recargo que asumirá el usuario sería el IGV, ya que el IR tendría quien presta el servicio	Al gravarse estas operaciones, el IR debería pagarlo el prestador del servicio, y en el caso del IGV está enfocado a que lo pague el consumidor final. Después otro recargo no debería haber	100%
3. Según su análisis: ¿Considera que las entidades financieras son fundamentales para lograr la efectiva tributación vía retención de los impuestos, por los pagos que	Si son fundamentales para lograr la efectiva tributación. El detalle está en	Si son fundamentales, el problema radica en que las entidades financieras acepten realizar dichas	Al ser las entidades del sistema financiera las canalizadoras del pago de estos	Si son fundamentales, el problema radica en que las entidades financieras acepten realizar dichas actividades. El estado	Por supuesto constituyen mecanismos muy importantes	Claro que son fundamentales, al ser el principal intermediario entre	100%

realizan personas naturales por los servicios por internet prestados por no domiciliados?	ofrecerles mecanismos a estas entidades para que acepten trabajar dicho mecanismo.	actividades. El estado tendría que negociar a fin de no perjudicar las operaciones de dichas entidades.	servicios se vuelven fundamentales para su efectiva tributación	tendría que negociar a fin de no perjudicar las operaciones de dichas entidades.		usuario y prestador del servicio	
4. ¿Considera usted que si se establece un mecanismo de tributación a las empresas no domiciliadas que prestan servicios a través de plataformas digitales a personas naturales domiciliadas, incrementaría los Ingresos tributarios del Impuesto a la renta e Impuesto general a las ventas?	Claro que sí, pues existe un gran cantidad de personas naturales que consumen estos servicios y por los cuales el estado no está percibiendo ingresos tributarios.	Definitivamente que sí, ya que hay una gran cantidad de personas naturales domiciliadas que consumen dichos servicios, además no retienen impuesto al sujeto no domiciliado y tampoco pagan IGV.	Evidentemente, ya que al haber gran cantidad de personas que consumen estos servicios; su regulación tributaria permitiría aumentar los ingresos tributarios.	Porsupuesto que sí, visto que una hay una gran cantidad de personas naturales domiciliadas que hacen uso de dichos servicios, y por la cual no pagan IGV. Además el sujeto no domiciliado no tributa por llevarse renta de fuente peruana.	claro, ya que hay una gran cantidad de personas naturales domiciliadas que consumen dichos servicios	Si, ya que existe un gran número de personas que consumen este tipo de servicios y por los cuales el estado no recibe nada.	100%
Variable Independiente: X. Regulación de los servicios prestados a través de plataformas digitales							
1. ¿Conoce usted si los servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas, están gravados con el impuesto a la renta empresarial?	No, según la Ley del IR este tipo de servicios no constituye operación gravada.	No, este tipo de servicios no están tipificados en la Ley del IR como operaciones gravadas. Solo se grava el servicio digital de empresa a empresa	No, viendo la normativa del impuesto a la renta no constituyen operaciones gravadas.	No está tipificada como operación gravada con el IR. De otro lado si se grava el servicio digitales pero entre empresas	Revisando la Ley del IR, este tipo de operaciones no están gravadas con dicho impuesto	No califica como operación gravada con el IR el uso de servicios digitales por parte de personas naturales	100%
2. ¿Conoce usted si los servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas, están gravados con el impuesto general a las ventas?	Según la ley del IGV, no configura como operación gravada. La persona natural sería sujeto del impuesto cuando realice de manera habitual (oneroso y	Este tipo de operaciones NO están gravadas con el IGV. Salvo que la persona natural sea habitual (<i>que el servicio sea oneroso y de carácter comercial</i>) en este tipo de operaciones.	No esta tipifica como operación gravada con el IGV; a no ser que se la persona natural de manera habitual esta operación; es decir sea oneroso y de	No están gravada con el IGV, salvo que se demuestre habitualidad de parte de la persona natural domiciliada.	Revisando la Ley del IGV, este tipo de operaciones no están gravadas con dicho impuesto.	No califica como operación gravada con el IGV el uso de servicios digitales por parte de personas naturales.	100%

	comercial) estas operaciones		carácter comercial.				
3. ¿Considera usted que se debe fijar en la Ley del impuesto a la renta e impuesto general a las ventas, como agentes de retención a las entidades financieras, al ser el principal intermediario entre la persona natural domiciliada y la empresa no domiciliada?	Según la tendencia internacional es lo más adecuado, por ser el principal intermediario.	Claro que sí, visto que esa es la tendencia en la mayoría de países que vienen aplicando impuestos a este tipo de operaciones.	Por supuesto visto que la mayoría de países están grabando estas operaciones	SI, ya que esto permitiría tener una mayor control de las operaciones que en la actualidad no pagan impuestos.	Por ahora es la mejor opción, debido a la posición que tienen las entidades financieras de canalizar los pagos por dichos servicios	Si, en la medida de que es el principal agente por el cual pasa el pago por dichos servicios	100%
4. Según su análisis: ¿Considera usted que el modelo de tributación “vía retención” del impuesto a la renta, por los servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas, es el modelo más efectivo acorde a la legislación vigente y la experiencia de otros sistemas tributarios internacionales?	De acuerdo al contexto internacional, constituye el principal mecanismo para la lograr la tributación en estos servicios	En la medida que la SUNAT, no desarrolle sus propios sistemas tecnológicos acorde a la vanguardia internacional; el modelo de tributación vía retención resulta el más efectivo	Si constituye el medio más efectivo en comparación a los modelos que están aplicando la mayoría de países.	Viendo la realidad local y el contexto internacional el modelo de tributación vía retención resulta el más efectivo.	Si es el modelo más efectivo que garantizaría que este tipo de servicios tributen	La tendencia muestra que el modelo de tributación vía retención resulta ser el más conveniente.	100%
5. Según su análisis: ¿Considera usted que el modelo de tributación “vía retención” del impuesto a la renta, por los servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas, es el modelo más efectivo acorde a la legislación vigente y la experiencia de otros sistemas tributarios internacionales?	De acuerdo al contexto internacional, constituye el principal mecanismo para la lograr la tributación en estos servicios	En la medida que la SUNAT, no desarrolle sus propios sistemas tecnológicos acorde a la vanguardia internacional; el modelo de tributación vía retención resulta el más efectivo	Si constituye el medio más efectivo en comparación a los modelos que están aplicando la mayoría de países.	Viendo la realidad local y el contexto internacional el modelo de tributación vía retención resulta el más efectivo.	Si es el modelo más efectivo que garantizaría que este tipo de servicios tributen	La tendencia muestra que el modelo de tributación vía retención resulta ser el más conveniente.	100%
6. ¿Según su experiencia que mecanismos de control se deben establecer para que se cumpla con la retención del impuesto a la renta a los sujetos no domiciliados por los servicios que presten a través de	Es fundamental que inviertan en equipos y tecnología. Asimismo se deben establecer como agentes de retención	La SUNAT tiene que mejorar sus plataformas, invertir en equipos y tecnología. Así mismo se debe nombrar como agentes	En primer lugar mejorar sus plataformas de información, fijar como agentes retenedores del	La SUNAT debe nombrar como agentes de retención a las entidades del sistema financiero para facilitar	Mejorar los sistemas informáticos de la SUNAT, firmar convenios con las entidades financieras y dar	Se requiere inversión en tecnología, logística en la SUNAT. Entablar alianzas con entidades bancarias	100%

plataformas digitales a personas naturales domiciliadas (usuario del servicio)?	a las entidades del sistema financiero.	de retención a las entidades del sistema financiero.	tributo a las entidades que canalizan los pagos de dichos servicios.	la tributación de estos servicios.	incentivos a las personas naturales usuarias del servicio.	para que contribuyan como agentes de retención.	
Sugerencias y Recomendaciones: 7. ¿Considera usted que los usuarios (personas naturales domiciliadas) de servicios prestados a través de plataformas digitales como los que ofrecen Netflix, Spotify, Uber, entre otros, constituyen un porcentaje significativo de potenciales contribuyentes?	Visto el gran consumo de estos servicios, y de acuerdo a los estudios realizados se evidencia que hay gran masa de potenciales contribuyentes	Definitivamente, si se identifica la masa de potenciales contribuyentes originaria que la base tributaria incrementa.	Por supuesto, existe una gran cantidad de usuarios de dichos servicios y la tendencia es que aumente su consumo en el tiempo	Claro, la demanda de este tipo de servicios evidencian la gran cantidad de potenciales contribuyentes	Definitivamente, existe un gran porcentaje de la población usuarios de dichos servicio	Sí, hay estadísticas que muestran el nivel de consumo de dichos servicios, por lo que representan un gran porcentaje de posibles contribuyentes	100%
Sugerencias y Recomendaciones							
Según su opinión como debería ser el modelo de regulación tributaria y los mecanismos operativos que deben implementarse por parte de la Administración Tributaria (SUNAT), para hacer efectiva la tributación por los servicios prestados a través de plataformas digitales a personas naturales domiciliadas:							
a. Modelo de regulación tributaria (Vía retención por parte de las entidades financieras, Otros).	Debe operar bajo el sistema de retención por parte de las entidades bancarias.	El modelo más efectivo es Vía retención, cuando se canalicen los pagos.	Vía retención, cuando se canalicen los pagos.	La retención efectuada cuando se canalicen los pagos, constituye el modelo más eficaz	Se debe emplear el modelo de retención con ayuda de las entidades financieras.	Modelo de regulación tributaria más adecuado sería el de retención.	50%
b. Mecanismos Operativos (Implementación de padrones de identificación, certificado de retenciones, etc.).	Estableciendo convenios con las entidades financieras, aperturando cuentas de control en sus sistemas y dando certificados de retención.	Se debería gravar a los consumidores finales con el ISC a una tasa mínima (1% - 3%) visto que son actividades superfluas, en vez del IGV.	Certificados de retención emitidos en los pagos, abriendo cuentas de control y designando agentes de retención a los bancos.	Se debería gravar con IGV, pero con la opción de un porcentaje de devolución por los servicios utilizados por el consumidor final.	Otorgar certificados de retenciones a las personas naturales usuarias del servicio, con un derecho a devolución de un % por el IGV pagado.	Que las entidades aperturen cuentas de control por la retención de renta (no domiciliado) e IGV (persona natural usuaria del servicio) y emitan certificados de retención.	50%

FICHA DOCUMENTAL

1. INFORMACION GENERAL:

- | | |
|--------------------------------------|--|
| 1.1. Título de la investigación | : Regulación de servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas y su incidencia en la recaudación tributaria, año 2018. |
| 1.2. Nombre del instrumento Tabulado | : Ficha Documental |
| 1.3. Autor del cuadro de tabulación | : Cesar Augusto Pintado Castillo |

1. ASPECTOS A TABULAR:

Se partirá por mostrar en el cuadro de tabulación, el análisis que se realizan en los informes de SUNAT, resoluciones del tribunal fiscal, legislación tributaria de otros países, relacionadas al tema de investigación a fin de determinar su grado de coincidencia.

Análisis documental según el impuesto a la renta

Nombre del documento fuente	TUO de la Ley del Impuesto a la renta	Reglamento de la ley del impuesto a la renta	Informe de SUNAT	Informe de SUNAT	Resolución del tribunal fiscal
Número del documento	Decreto Supremo N° 179-2004-EF	Decreto Supremo N° 122-94-EF	018-2008-SUNAT/2B0000	002-2019-SUNAT/7T0000	05459-8-2018
Regulación de servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas					
<p><u>Aspecto Material:</u></p> <p>Se considera operación gravada los servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas.</p>	<p>EL artículo 6° de la Ley del IR, señala que los contribuyentes no domiciliados en el país, sus sucursales, agencias o establecimientos permanentes, están sujetas al impuesto sólo por las rentas gravadas de fuente peruana.</p> <p>El artículo 9° de la Ley del IR señala que en general y cualquiera sea la nacionalidad o domicilio de las partes que intervengan en las operaciones y el lugar de celebración o cumplimiento de los contratos, se considera rentas de fuente peruana:</p> <p>Las obtenidas por servicios digitales prestados a través del Internet o de cualquier adaptación o aplicación de los protocolos, plataformas o de la tecnología utilizada por Internet o cualquier otra red a través de la que se presten servicios equivalentes.</p>	<p>El inciso b) del artículo 5° del Reglamento de la ley del IR señala que contribuyentes no domiciliados en el país tributarán por la totalidad de sus rentas de fuente peruana.</p> <p>El artículo 4-A.- rentas de fuente peruana, señala que para efectos de lo establecido en el artículo 9 de la Ley del IR. (...)</p> <p>b) Se entiende por servicio digital a todo servicio que se pone a disposición del usuario a través del Internet o de cualquier adaptación o aplicación de los protocolos, plataformas o de la tecnología utilizada por Internet o cualquier otra red a través de la que se presten servicios equivalentes mediante accesos en línea y que se caracteriza por ser esencialmente automático y no ser viable en ausencia de la tecnología de la información.</p>	<p>El artículo 6° de la Ley del IR, establece que, en el caso de contribuyentes no domiciliados en el país, de sus sucursales, agencias o establecimientos permanentes, el impuesto recae sólo sobre las rentas gravadas de fuente peruana.</p> <p>De otro lado, el inciso i) del artículo 9° de la Ley del IR, señala que en general y cualquiera sea la nacionalidad o domicilio de las partes que intervengan en las operaciones y el lugar de celebración o cumplimiento de los contratos, se consideran rentas de fuente peruana las obtenidas por servicios digitales prestados a través del Internet o de cualquier adaptación o aplicación de los protocolos, plataformas o de la tecnología utilizada por Internet o cualquier otra red a través de la que se presten servicios equivalentes, cuando el servicio se utilice económicamente, use o consuma en el país.</p>	<p>El segundo párrafo del artículo 6° de la Ley del IR dispone que, en caso de contribuyentes no domiciliados en el país, de sus sucursales, agencias o establecimientos permanentes, el impuesto recae sólo sobre las rentas gravadas de fuente peruana.</p> <p>El inciso i) de su artículo 9° considera rentas de fuente peruana a las obtenidas por servicios digitales prestados a través del internet o de cualquier adaptación o aplicación de los protocolos, plataformas o de la tecnología utilizada por internet o cualquier otra red a través de la que se presten servicios equivalentes, cuando el servicio se utilice económicamente, use o consuma en el país.</p>	<p>El artículo 6° de la ley del IR establece que, en caso de contribuyentes no domiciliados en el país, de sus sucursales, agencias o establecimientos permanentes, el impuesto recae solo sobre las rentas gravadas de fuente peruana.</p> <p>El inciso i) del artículo 9° de la aludida Ley, señala que en general y en cualquiera sea la nacionalidad o domicilio de las partes que intervengan en las operaciones y el lugar de celebración del contrato se considera renta de fuente peruana las obtenidas por servicios digitales prestados a través de internet o cualquier adaptación o aplicación en los protocolos, plataformas o de la tecnología utilizada por Internet o cualquier otra red a través de la que se presten servicios equivalentes, cuando el servicio se utilice económicamente, use o consuma en el país.</p>

<p><u>Aspecto Espacial:</u></p> <p>Donde se grava a los servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas.</p>	<p>Se consideran renta de fuente peruana a las obtenidas por servicios digitales prestados a través del Internet o de cualquier adaptación o aplicación de los protocolos, plataformas o de la tecnología utilizada por Internet o cualquier otra red a través de la que se presten servicios equivalentes, cuando el servicio se utilice económicamente, use o consuma en el país.</p>	<p>El literal b) del artículo 4.A del Reglamento de la Ley del IR considera que el servicio digital se utiliza económicamente, se usa o se consume en el país, cuando ocurre cualquiera de los siguientes supuestos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sirve para el desarrollo de las actividades económicas de un contribuyente perceptor de rentas de tercera categoría o para el cumplimiento de los fines a que se refiere el inciso c) del primer párrafo del Artículo 18° de la Ley del IR, de una persona jurídica inafecta al impuesto, ambos domiciliados, con el propósito de generar ingresos gravados o no con el impuesto. 2. Sirve para el desarrollo de las actividades económicas de los sujetos intermediarios a los que se refiere el numeral 5) del inciso b) del Artículo 3° con el propósito de generar ingresos gravados o no con el impuesto. 	<p>Según lo dispuesto en los numerales 1 y 2 del inciso b) del artículo 4°-A del Reglamento de la Ley del IR, el servicio digital se utiliza económicamente, se usa o se consume en el país, cuando ocurre cualquiera de los siguientes supuestos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sirve para el desarrollo de las actividades económicas de un contribuyente perceptor de rentas de tercera categoría o para el cumplimiento de los fines a que se refiere el inciso c) del primer párrafo del artículo 18° del TUO de la Ley del Impuesto a la Renta (<i>Este es el caso de las fundaciones legalmente establecidas cuyo instrumento de constitución comprenda exclusivamente alguno o varios de los siguientes fines: cultura, investigación superior, beneficencia, asistencia social y hospitalaria y beneficios sociales para los servidores de las empresas</i>), de una persona jurídica inafecta al impuesto, ambos domiciliados, con el propósito de generar ingresos gravados o no con el impuesto. <p>Se presume que un contribuyente perceptor de rentas de tercera categoría que considera como gasto o costo la contraprestación por el servicio digital, el que cumple con el principio de causalidad previsto en el primer párrafo del artículo 37° de la Ley del IR, utiliza económicamente el servicio en el país.</p>	<p>El numeral 1 del literal b) del artículo 4.A el Reglamento de la Ley del IR dispone que el servicio digital se utiliza económicamente, se usa o se consume en el país, cuando, entre otros supuestos, sirve para el desarrollo de las actividades económicas de un contribuyente perceptor de rentas de tercera categoría o para el cumplimiento de los fines a que se refiere el inciso c) del primer párrafo del artículo 18° de la Ley de una persona jurídica inafecta al Impuesto, ambos domiciliados, con el propósito de generar ingresos gravados o no con el impuesto.</p>	<p>El inciso b) del artículo 4°-A del Reglamento agrega que el servicio digital se utiliza económicamente, se usa o se consume en el país, cuando, entre otros:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sirve para el desarrollo de las actividades económicas de un contribuyente perceptor de rentas de tercera categoría o para el cumplimiento de los fines a que se refiere el inciso c) del primer párrafo del artículo 18° del TUO de la Ley del Impuesto a la Renta (<i>Este es el caso de las fundaciones legalmente establecidas cuyo instrumento de constitución comprenda exclusivamente alguno o varios de los siguientes fines: cultura, investigación superior, beneficencia, asistencia social y hospitalaria y beneficios sociales para los servidores de las empresas</i>), de una persona jurídica inafecta al impuesto, ambos domiciliados, con el propósito de generar ingresos gravados o no con el impuesto.
---	--	---	--	--	--

		3. Sirve para el desarrollo de las funciones de cualquier entidad del Sector Público Nacional.	2. Sirve para el desarrollo de las actividades económicas de los sujetos intermediarios a los que se refiere el numeral 5) del inciso b) del artículo 3° del Reglamento (<i>Dichos sujetos intermediarios son los corredores, comisionistas generales o representantes independientes, que realizan actividades en el país por cuenta de una empresa unipersonal, sociedad o entidad de cualquier naturaleza, constituida en el exterior</i>), con el propósito de generar ingresos gravados o no con el impuesto.		
<p><u>Aspecto Subjetivo:</u></p> <p>Quien es el sujeto del impuesto en los servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas.</p>	<p>El inciso c) del artículo 71° de la Ley del IR establece que son agentes de retención las personas o entidades que paguen o acrediten rentas de cualquier naturaleza a beneficiarios no domiciliados</p> <p>El artículo 76° de la Ley del IR señala que las personas o entidades que paguen o acrediten a beneficiarios no domiciliados rentas de fuente peruana de cualquier naturaleza, deberán retener y abonar al fisco con carácter definitivo dentro de los plazos previstos por el Código Tributario para las obligaciones de periodicidad mensual, los impuestos a que se refieren los artículos 54 y 56 de esta ley.</p>		<p>El artículo 76° de la Ley del IR, señala que las personas o entidades que paguen o acrediten a beneficiarios no domiciliados rentas de fuente peruana de cualquier naturaleza, deberán retener y abonar al fisco con carácter definitivo dentro de los plazos previstos por el Código Tributario para las obligaciones de periodicidad mensual, los impuestos a que se refieren los artículos 54° y 56°, según sea el caso.</p>		<p>El inciso c) del artículo 71° de la Ley del IR establece que son agentes de retención las personas o entidades que paguen o acrediten rentas de cualquier naturaleza a beneficiarios no domiciliados</p> <p>El artículo 76° de la Ley del IR señala que las personas o entidades que paguen o acrediten a beneficiarios no domiciliados rentas de fuente peruana de cualquier naturaleza, deberán retener y abonar al fisco con carácter definitivo dentro de los plazos previstos por el Código Tributario para las obligaciones de periodicidad mensual, los impuestos a que se refieren los artículos 54 y 56 de esta ley.</p>

<p><u>Aspecto Temporal:</u></p> <p>Cuando nace la obligación tributaria en los servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas.</p>	<p>El inciso a.4) al artículo 37° de la Ley del IR, señala que las regalías, y retribuciones por servicios, asistencia técnica, cesión en uso u otros de naturaleza similar a favor de beneficiarios no domiciliados, podrán deducirse como costo o gasto en el ejercicio gravable a que correspondan <i>cuando hayan sido pagadas o acreditadas dentro del plazo establecido por el Reglamento para la presentación de la declaración jurada correspondiente a dicho ejercicio.</i></p>				
<p><u>Aspecto Cuantitativo:</u></p> <p>Cuál es la base imponible y la alícuota del impuesto en los servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas.</p>	<p>El artículo 76° de la Ley del IR señala que para los efectos de la retención establecida en este artículo, se consideran rentas netas, sin admitir prueba en contrario; entre otros:</p> <p>d) La totalidad de los importes pagados o acreditados correspondientes a otras rentas de la tercera categoría</p> <p>El inciso j) del artículo 56 de la Ley del IR establece que las personas jurídicas no domiciliadas estarán sujetas a una tasa del 30% para otras rentas. (la prestación de servicios digitales)</p>		<p>El inciso g) del artículo 56° del mismo TUO señala que el Impuesto a la Renta correspondiente a personas jurídicas no domiciliadas por las rentas distintas a las mencionadas en los otros incisos de dicho artículo se determinará aplicando la tasa del treinta por ciento (30%).</p>		

Análisis documental según el Impuesto general a las ventas

Nombre del documento	TUO de la Ley del Impuesto general a las ventas	Reglamento de la Ley del Impuesto general a las ventas	Informe de SUNAT	Informe de SUNAT	Informe de SUNAT	Resolución del tribunal fiscal
Número del documento	Decreto Supremo N° 055-99-EF	Decreto Supremo N° 29-94-EF	305-2005-SUNAT/2B0000	055-2006-SUNAT/2B0000	228-2004-SUNAT/T2B0000	1901-5-2003
Fecha del documento						
<p><u>Aspecto Material:</u></p> <p>Se considera operación gravada los servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas.</p>	<p>El literal b) del artículo 1° de la ley del IGV establece que se encuentra gravada con dicho Impuesto la utilización de servicios en el país.</p> <p>Por su parte el literal c) del artículo 3° de la ley del IGV señala que, de entenderse como servicios, a toda prestación que una persona realiza para otra y por la cual percibe una retribución o ingreso que se considere renta de tercera categoría para los efectos del Impuesto a la Renta, aun cuando no esté afecto a este último impuesto.</p> <p>Asimismo señala que el servicio es utilizado en el país cuando siendo prestado por un sujeto no domiciliado, es consumido o empleado en el territorio nacional, independientemente del lugar en que se pague o se perciba la contraprestación y del lugar donde se celebre el contrato.</p>	<p>El literal b), numeral 1 del artículo 2° del reglamento de la Ley del IGV señala como operación gravada a los servicios prestados o utilizados en el país, independientemente del lugar en que se pague o se perciba la contraprestación, y del lugar donde se celebre el contrato.</p> <p>Asimismo, no se encuentra gravado el servicio prestado en el extranjero por sujetos domiciliados en el país o por un establecimiento permanente domiciliado en el exterior de personas naturales o jurídicas domiciliadas en el país, siempre que el mismo no sea consumido o empleado en el territorio nacional.</p> <p>No se consideran utilizados en el país aquellos servicios de ejecución inmediata que por su naturaleza se consumen íntegramente en el exterior ni los servicios de reparación y mantenimiento de naves y aeronaves y otros medios de transporte prestados en el exterior.</p>	<p>De acuerdo con lo establecido en el artículo 1° del TUO de la Ley del IGV, dicho impuesto grava, entre otras operaciones, la utilización de servicios en el país.</p> <p>En la utilización de servicios en el país, el numeral 1 del inciso c) del artículo 3° del TUO de la Ley del IGV señala que se entiende por servicios a toda prestación que una persona realiza para otra y por la cual percibe una retribución o ingreso que se considere renta de tercera categoría para los efectos del Impuesto a la Renta, aun cuando no esté afecto a este último Impuesto.</p> <p>Asimismo, dispone que el servicio es utilizado en el país cuando siendo prestado por un sujeto no domiciliado, es consumido o empleado</p>	<p>El inciso b) del artículo 1° del TUO de la Ley del Impuesto General a las Ventas, se encuentra gravada con dicho Impuesto la prestación o utilización de servicios en el país.</p>	<p>Conforme al inciso b) del artículo 1° del TUO de la Ley del IGV, se encuentra gravada con dicho impuesto, la prestación o utilización de servicios en el país.</p>	<p>Que atreves del inciso b) del artículo 1° de la ley del IGV se considera operación gravada a la utilización de servicios en el país.</p> <p>El literal b), numeral 1 del artículo 2° del reglamento de la Ley del IGV señala como operación gravada a los servicios prestados o utilizados en el país, independientemente del lugar en que se pague o se perciba la contraprestación, y del lugar donde se celebre el contrato.</p>

		Para efecto de la utilización de servicios en el país, se considera que el establecimiento permanente domiciliado en el exterior de personas naturales o jurídicas domiciliadas en el país es un sujeto no domiciliado.	en el territorio nacional, independientemente del lugar en que se pague o se perciba la contraprestación y del lugar donde se celebre el contrato.			
<u>Aspecto Espacial:</u> Donde se grava a los servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas.	El literal c) del artículo 3° de la Ley del IGV señala, que el servicio debe ser consumido o empleado en el territorio nacional		El servicio es utilizado en el país cuando siendo prestado por un sujeto no domiciliado, es consumido o empleado en el territorio nacional, independientemente del lugar en que se pague o se perciba la contraprestación y del lugar donde se celebre el contrato. <i>(criterio del consumo físico de los servicios)</i>	Se entiende que el servicio es utilizado en el país cuando siendo prestado por un sujeto no domiciliado, es consumido o empleado en el territorio nacional, independientemente del lugar en que se pague o se perciba la contraprestación y del lugar donde se celebre el contrato	A fin de determinar si el servicio prestado por un no domiciliado ha sido consumido o empleado en el territorio nacional, deberá atenderse al lugar en el que se hace el uso inmediato o el primer acto de disposición del servicio. <i>(criterio del primer acto de disposición del servicio)</i>	Conforme a las normas aduaneras, la recurrente contrato los servicios de empresas supervisoras no domiciliadas para efectuar la importación de los vehículos que comercializa en el país. <i>(Criterio del aprovechamiento económico en el país)</i>
<u>Aspecto Subjetivo:</u> Quien es el sujeto del impuesto en los servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas.	El numeral 9.2 del artículo 9° de la Ley del IGV señala que tratándose de personas naturales entre otros que no realicen actividad empresarial serán considerados sujetos del impuesto cuando importen bienes afectos o realicen de manera habitual las demás operaciones comprendidas dentro del ámbito de aplicación del Impuesto.	El numeral 1 del artículo 4° del Reglamento de la Ley del IGV dispone que tratándose de servicios, siempre se considerarán habituales aquellos servicios onerosos que sean similares con los de carácter comercial.	El numeral 9.2 del artículo 9 de la Ley del IGV señala que las personas naturales, las personas jurídicas, entidades de derecho público o privado, las sociedades conyugales que ejerzan la opción sobre atribución de rentas prevista en las normas que regulan el Impuesto a la Renta, sucesiones indivisas,	Las personas naturales que no realizan actividad empresarial y que utilicen en el país los servicios antes referidos, son sujetos del Impuesto General a las Ventas en calidad de contribuyentes, dado que de acuerdo con las normas, el hecho que dichos		Señala el inciso c) del artículo 9° de la ley del IGV que son sujetos del impuesto los contribuyentes que utilicen en el país servicios prestados por no domiciliados.

	La habitualidad se calificará en base a la naturaleza, características, monto, frecuencia, volumen y/o periodicidad de las operaciones, conforme a lo que establezca el Reglamento. Se considera habitualidad la reventa.		que no realicen actividad empresarial, serán consideradas sujetos del Impuesto cuando importen bienes afectos o realicen de manera habitual las demás operaciones comprendidas dentro del ámbito de aplicación del Impuesto.	servicios sean onerosos y de carácter comercial hace que aquéllas sean habituales en la realización de dichas operaciones.		
<u>Aspecto Temporal:</u> Cuando nace la obligación tributaria en los servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas.	El literal d) del artículo 4° de la Ley IGV señala que la obligación tributaria nace, en la utilización en el país de servicios prestados por no domiciliados, en la fecha en que se anote el comprobante de pago en el Registro de Compras o en la fecha en que se pague la retribución, lo que ocurra primero.	El numeral 3 del artículo 3° del reglamento de la ley del IGV señala que en los casos de prestación o utilización de servicios la obligación tributaria nace en el momento y por el monto que se percibe.				
<u>Aspecto Cuantitativo:</u> Cuál es la base imponible y la alícuota del impuesto en los servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas.	El literal b) del artículo 13° de la Ley del IGV, señala que la base imponible está constituida por el total de la retribución, en la prestación o utilización de servicios. El literal b) del artículo 13° de la Ley del IGV, señala que la tasa del impuesto es 16%					

Anexo N° 4: Rubricas de Instrumentos de Recolección de Datos**VALIDACION DE INSTRUMENTO (INFORME DE EXPERTOS)****1. INFORMACION GENERAL:**

- 1.1. Apellidos y Nombres del validador :
- 1.2. Cargo en la institución donde labora :
- 1.3. Título de la investigación : Regulación de servicios prestados a través de plataformas digitales por parte de sujetos no domiciliados a personas naturales domiciliadas y su incidencia en la recaudación tributaria, año 2018.
- 1.4. Grado académico :
- 1.5.Nombre del instrumento evaluado : Guía de entrevista
- 1.6. Autor del instrumento : Cesar Augusto Pintado Castillo

			6. ¿Según su experiencia que mecanismos de control se deben establecer para que se cumpla con la retención del impuesto a la renta e impuesto general a las ventas a los sujetos no domiciliados por los servicios que presten a través de plataformas digitales, a personas naturales domiciliadas (usuario del servicio)?									
	Base tributaria	Potencial de contribuyentes usuarios	7. ¿Considera usted que los usuarios (personas naturales domiciliadas) de servicios prestados a través de plataformas digitales como los que ofrecen Netflix, Spotify, Uber, entre otros, constituyen un porcentaje significativo de potenciales contribuyentes?									
Sugerencias y Recomendaciones			Según su opinión como debería ser el modelo de regulación tributaria y los mecanismos operativos que deben implementarse por parte de la Administración Tributaria (SUNAT), para hacer efectiva la tributación por los servicios prestados a través de plataformas digitales a personas naturales domiciliadas: a. Modelo de regulación tributaria (Vía retención por parte de las entidades financieras, Otros). b. Mecanismos Operativos (Implementación de padrones de identificación, certificado de retenciones, etc.).									

FIRMA

DNI:

Anexo N° 5: Potencial recaudación de IGV e IR por servicios digitales

Tabla N° 2:

Estimación de la recaudación potencial de IVA e impuesto sobre los servicios digitales (En millones de dólares anuales y porcentajes)

	Argentina	Bolivia (Estado Plurinacional de)	Brasil	Chile	Colombia	Costa Rica	Ecuador	México	Perú	Uruguay
Ventas										
Uber	32,3	2,5	121,3	14,9	22,6	2,6	6,6	78,8	13,7	2,5
Netflix	223,1	19,5	806,9	110,0	172,4	20,0	47,0	578,8	102,7	18,7
Spotify	75,4	6,6	272,4	37,2	58,3	6,8	15,9	195,7	34,8	6,3
Apple	166,8	14,4	616,6	81,8	127,9	14,7	35,4	429,5	75,9	14,0
Total	497,6	43,0	1817,2	243,9	381,2	44,0	104,9	1282,8	227,1	41,5
Tasas (en porcentajes)										
IVA	21,00	13,00	9,25	19,00	16,00	13,00	12,00	16,00	18,00	22,00
Impuesto sobre los servicios digitales	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
Recaudación potencial										
IVA	86,4	4,9	153,9	38,9	52,6	5,1	11,2	176,9	34,6	7,5
Impuesto sobre los servicios digitales	0,7	0,1	3,3	0,3	0,5	0,1	0,2	1,9	0,3	0,1
Total	87,1	5,0	157,1	39,3	53,1	5,1	11,4	178,8	35,0	7,5
Recaudación potencial (en porcentajes del PBI)										
IVA	0,0156	0,0143	0,0086	0,0156	0,0186	0,0088	0,0112	0,0164	0,0178	0,0142
Impuesto sobre los servicios digitales	0,0001	0,0003	0,0002	0,0001	0,0002	0,0002	0,0002	0,0002	0,0002	0,0002
Total	0,0157	0,0146	0,0088	0,0157	0,0188	0,0088	0,0144	0,0166	0,0180	0,0142
Recaudación potencial (en porcentajes de la recaudación de impuestos sobre bienes y servicios)										
IVA	0,1086	0,1006	0,0675	0,1414	0,2523	0,0983	0,1090	0,2463	0,2422	0,1378
Impuesto sobre los servicios digitales	0,0009	0,0021	0,0014	0,0011	0,0024	0,0019	0,0019	0,0026	0,0021	0,0018
Total	0,1095	0,1027	0,0689	0,1429	0,2547	0,0983	0,1109	0,2489	0,2450	0,1378

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de L. Hernández y P. Albagli, “Economía digital: oportunidades y desafíos”, Documento de Trabajo, N° 40, Santiago, Centro Latinoamericano de Políticas Económicas y Sociales (CLAPES UC), 2017.

Nota: Las ventas por empresa son las estimadas por Hernández y Albagli (2017). Sin embargo, las cifras de recaudación difieren de las presentadas en ese estudio por lo siguiente: i) se está considerando que Uber pagaría IVA sobre la comisión de intermediación, mientras que en el estudio mencionado se considera exento de IVA; ii) se incluye un impuesto del 3% en vez de la retención general de impuesto sobre la renta, y iii) no se considera la recaudación por concepto de derechos arancelarios.